

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฒ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	6
ขอบเขตเนื้อหา	6
ขอบเขตประชากร	6
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	6
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	7
การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้	8
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	9
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	10
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	11
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อ	
เครื่องประดับเงินชาวเขาของผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวม	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อ เครื่องประดับเงินชาวเขาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามปริมาณการซื้อ	30
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อ เครื่องประดับเงินชาวเขาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามระยะเวลาในการซื้อ โดยเฉลี่ย	39
ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อ เครื่องประดับเงินชาวเขาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามที่ตั้งกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
ส่วนที่ 6 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ กลุ่มธุรกิจบริษัทเชียงใหม่ดีไซน์ จำกัด (จากการสอบถามผู้ตอบแบบ สอบถามจำนวน 237 คน มีผู้ระบุว่าพบปัญหา 19 คน)	59
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	85
สรุปผลการศึกษา	85
อภิปรายผลการศึกษา	95
ข้อค้นพบ	98
ข้อเสนอแนะ	100
บรรณานุกรม	104
ภาคผนวก	105
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา	106
แบบสอบถามภาษาไทย	107
แบบสอบถามภาษาอังกฤษ	116
ภาคผนวก ข ภาพแสดงตัวอย่างเครื่องประดับเงินชาวเขา	124
ภาคผนวก ค หนังสืออนุมัติให้ใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้า	129
ประวัติผู้เขียน	131

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	11
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	11
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	12
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	12
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณสินค้าที่ซื้อ	13
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหมวดของสินค้าที่ซื้อ	14
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อ โดยเฉลี่ย ใน 1 ปี	15
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ	16
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งจำหน่ายสินค้า เครื่องประดับเงินชาวเขาแห่งอื่นในประเทศไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ	17
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อ	18
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่ตั้งของบริษัทหรือ ร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการอยู่	19
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศที่ลูกค้าของ ผู้ตอบแบบสอบถามดำเนินกิจการอยู่	20
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ของ ผู้ตอบแบบสอบถามในกิจการ	22
15 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามและการให้ลำดับความสำคัญต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด	23
16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขา	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขา	26
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขา	27
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขา	28
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อการซื้อสินค้าจากทางกลุ่มธุรกิจบริษัท เชียงใหม่ดีไซน์ จำกัด	29
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขา จำแนกตามปริมาณการซื้อ	30
22 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจำแนกตามปริมาณการซื้อ	32
23 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจำแนกตามปริมาณการซื้อ	34
24 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจำแนกตามปริมาณการซื้อ	35
25 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจำแนกตามปริมาณการซื้อ	37
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นในการซื้อสินค้าจากทางกลุ่มธุรกิจบริษัท เชียงใหม่ดีไซน์ จำกัด จำแนกตามปริมาณการซื้อ	38
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขา จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อโดยเฉลี่ย	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจำแนกตามระยะเวลาในการซื้อ	41
29 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจำแนกตามระยะเวลาในการซื้อโดยเฉลี่ย	43
30 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจำแนกตามระยะเวลาในการซื้อโดยเฉลี่ย	44
31 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจำแนกตามระยะเวลาในการซื้อโดยเฉลี่ย	46
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นในการซื้อสินค้าจากทางกลุ่มธุรกิจบริษัท เชียงใหม่ดีไอซ์ จำกัด จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อโดยเฉลี่ย	48
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจำแนกตามที่ตั้งกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
34 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจำแนกตามที่ตั้งกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
35 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจำแนกตามที่ตั้งกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม	53
36 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจำแนกตามที่ตั้งกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจำแนกตามที่ตั้งกิจการของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	56
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นในการซื้อ สินค้าจากทางกลุ่มธุรกิจบริษัท เชียงใหม่ดีไซน์ จำกัด จำแนกตามที่ตั้งกิจการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	58
39 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา ด้านต่างๆในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาจากทางกลุ่มธุรกิจบริษัท เชียงใหม่ดีไซน์ จำกัด	59
40 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามปริมาณการซื้อ	64
41 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัญหาด้านราคา จำแนกตามปริมาณการซื้อ	66
42 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัญหาด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามปริมาณการซื้อ	67
43 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามปริมาณการซื้อ	69
44 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อ โดยเฉลี่ย	71
45 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัญหาด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อ โดยเฉลี่ย	73
46 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัญหาด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อ โดยเฉลี่ย	74
47 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อ โดยเฉลี่ย	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามที่ตั้งกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
49 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัญหาด้านราคา จำแนกตามที่ตั้งกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม	80
50 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัญหาด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามที่ตั้งกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม	81
51 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามที่ตั้งกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม	83

สารบัญภาพ

รูป

หน้า

- 1.1 การปรับตัวของราคาวัตถุดิบเม็ดเงินตั้งแต่วันที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2544
ถึงวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2549

1



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved