

## สารบัญ

|                                                                 | หน้า |
|-----------------------------------------------------------------|------|
| กิตติกรรมประกาศ                                                 | ค    |
| บทคัดย่อภาษาไทย                                                 | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ                                              | ฉ    |
| สารบัญตาราง                                                     | ญ    |
| สารบัญภาพ                                                       | ฎ    |
| บทที่ 1 บทนำ                                                    |      |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ                                      | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา                                      | 1    |
| 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา                                | 2    |
| 1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา                                  | 2    |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง            | 2    |
| 2.1 แนวคิด และทฤษฎี                                             | 4    |
| 2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพเชียงใหม่ | 4    |
| 2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง                                       | 10   |
| 2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย                                        | 13   |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา                                     | 14   |
| 3.1 ขอบเขตการศึกษา                                              | 16   |
| 3.2 ขอบเขตประชากร และขนาดตัวอย่าง วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง       | 16   |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา           | 16   |
| 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล                                      | 17   |
| 3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล                | 18   |
| 3.6 ระยะเวลาในการศึกษา                                          | 19   |
|                                                                 | 20   |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                                                                              | หน้า      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>                                                                                    | <b>21</b> |
| 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม                                                                            | 22        |
| 2. พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ<br>เชียงใหม่                            | 25        |
| 3. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์<br>จำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพเชียงใหม่ | 32        |
| 4. ปัญหา และข้อเสนอแนะที่มีต่อการให้บริการศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ<br>เชียงใหม่                         | 43        |
| <b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>                                               | <b>44</b> |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา และอภิปรายผล                                                                              | 44        |
| 5.2 ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ                                                                                   | 48        |
| <b>เอกสารอ้างอิง</b>                                                                                         | <b>51</b> |
| <b>ภาคผนวก</b>                                                                                               | <b>53</b> |
| ภาคผนวก ก                                                                                                    | 54        |
| ภาคผนวก ข                                                                                                    | 56        |
| <b>ประวัติผู้เขียน</b>                                                                                       | <b>66</b> |

## สารบัญตาราง

| ตาราง                                                                                                                           | หน้า |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ                                                                               | 22   |
| 4.2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ                                                                              | 22   |
| 4.3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา                                                                     | 23   |
| 4.4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ                                                                             | 23   |
| 4.5 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน                                                              | 24   |
| 4.6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ                                                                           | 24   |
| 4.7 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิสำเนา/ที่พักอาศัย                                                             | 24   |
| 4.8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ได้รู้จักศูนย์<br>จำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพเชียงใหม่                       | 25   |
| 4.9 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาใช้<br>บริการ                                                      | 26   |
| 4.10 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งมาใช้<br>บริการระยะเวลา 1 ปี                                           | 26   |
| 4.11 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเดือนที่ใช้<br>บริการ                                                        | 27   |
| 4.12 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการ                                                                  | 27   |
| 4.13 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ                                                             | 27   |
| 4.14 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกที่ใช้<br>บริการกับท่านแต่ละครั้ง                                     | 28   |
| 4.15 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ที่ใช้บริการ<br>แต่ละแผนก                                                 | 28   |
| 4.16 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักใน<br>การมาใช้บริการ                                             | 29   |
| 4.17 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง<br>ที่ใช้บริการแผนกผลิตผลทางการเกษตร (ซูปเปอร์มาร์เก็ต) | 29   |
| 4.18 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง<br>ที่ใช้บริการแผนกผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ                    | 29   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง |                                                                                                                                          | หน้า |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 4.19  | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการแผนกครัวศัลป์ชีพ                                           | 30   |
| 4.20  | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกมาใช้บริการ                                                                      | 30   |
| 4.21  | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ                                                        | 31   |
| 4.22  | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริมการขาย                                                                           | 31   |
| 4.23  | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่คำนึงถึงการเลือกใช้บริการ                                                               | 32   |
| 4.24  | จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                        | 33   |
| 4.25  | จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านราคา                             | 35   |
| 4.26  | จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย                    | 36   |
| 4.27  | จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด               | 37   |
| 4.28  | จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน                 | 38   |
| 4.29  | จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านกระบวนการ                        | 40   |
| 4.30  | จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ | 41   |
| 4.31  | สรุประดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ศัลป์ชีพเชียงใหม่   | 43   |

สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

15



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved