

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพประกอบ	ฉ
<b>บทที่ 1</b> บทนำ	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ขอบเขตของการศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
<b>บทที่ 2</b> เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	<b>5</b>
การจัดการธุรกิจ	5
ทฤษฎีการจัดการธุรกิจบริการ	13
การบริหารการตลาด	18
แนวคิด ทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจ	23
ทฤษฎีและแนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค	25
ธุรกิจเครื่องประดับอัญมณี	30
ความรู้ทั่วไปของอัญมณี	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
กรอบแนวคิดในการศึกษา	36
<b>บทที่ 3</b> วิธีดำเนินการ	<b>37</b>
กำหนดกลุ่มศึกษา	37
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	37
วิธีการสร้างเครื่องมือ	38



ญ

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ	41
2	ความพึงพอใจ ด้านการจัดการร้านค้าเครื่องประดับ อัญมณี ของผู้ประกอบการ	43
3	ความพึงพอใจ ด้านการจัดการร้านค้าเครื่องประดับ เพื่อจูงใจผู้บริโภค ของผู้ประกอบการ	45
4	ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าประจำและลูกค้าทั่วไป	47
5	ความพึงพอใจ ด้านการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี ของลูกค้าประจำ	55
6	ความพึงพอใจ ด้านการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี ของลูกค้าทั่วไป	57
7	ความพึงพอใจ ด้านการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี เพื่อจูงใจผู้บริโภค ของลูกค้าประจำ	59
8	ความพึงพอใจ ด้านการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี เพื่อจูงใจผู้บริโภค ของลูกค้าทั่วไป	61

## สารบัญภาพประกอบ

แผนภาพที่		หน้า
1	แนวความคิดของโอกาสทางการตลาด	17
2	แนวความคิดทางการตลาดสมัยดั้งเดิม	19
3	แนวความคิดทางการตลาดสมัยใหม่	20
4	แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่าย หรือ <b>S-R Theory</b>	25
5	แสดงรายละเอียดพฤติกรรมผู้บริโภค	26
6	ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ	27
7	กรอบแนวคิดในการศึกษา	36