

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	(1)
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(2)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
สารบัญ.....	(7)
สารบัญตาราง.....	(9)
สารบัญภาพ.....	(11)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ของการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
โรคอุบัติใหม่ไวรัสโคโรนา 2019.....	9
การดำเนินวิถีชีวิตใหม่.....	14
แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	16
แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	19
แนวคิดทฤษฎี PESTEL Analysis และ SWOT Analysis.....	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
การนำเสนอผลการวิจัย.....	27
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
สรุป รายงาน และนำเสนอผลการวิจัย.....	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	32
ส่วนที่ 1 ผลกระทบมูลค่าทางเศรษฐกิจของธุรกิจขายของฝากจังหวัดจันทบุรี	

ในช่วงโควิด-19.....	32
ส่วนที่ 2 ผลการตัดสินใจซื้อของฝากจากจังหวัดจันทบุรีในช่วงโควิด-19 ของกลุ่ม ลูกค้าที่ซื้อของฝากจังหวัดจันทบุรี.....	44
ส่วนที่ 3 แนวทางการแก้ปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจขายของฝากจังหวัด จันทบุรีในช่วงโควิด-19.....	51
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	53
สรุปผล.....	53
อภิปรายผล.....	55
ข้อเสนอแนะ.....	60
บรรณานุกรม.....	61
ภาคผนวก.....	66
ภาคผนวก ก (แบบสอบถามโครงการวิจัย).....	67
ภาคผนวก ข (หนังสือแจ้งรหัสโครงการวิจัย).....	76
ภาคผนวก ค (หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์).....	78
ภาคผนวก ง (อนุมัติเปลี่ยนแปลงผู้ร่วมวิจัย และสัปดาห์การวิจัย).....	81

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	8



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี