



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

Regression

[DataSet1] C:\Documents and Settings\Administrator\Desktop\super data.sav

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	A3, TOTALINCOME, FACULTY, A1, AGE, A2, UNIVERSITY ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.493 ^a	.244	.230	1087.443

a. Predictors: (Constant), A3, TOTALINCOME, FACULTY, A1, AGE, A2, UNIVERSITY

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.492E8	7	2.132E7	18.026	.000 ^a
	Residual	4.636E8	392	1182532.490		
	Total	6.128E8	399			

a. Predictors: (Constant), A3, TOTALINCOME, FACULTY, A1, AGE, A2, UNIVERSITY

b. Dependent Variable: COSEXMONTH

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	65.878	758.607		.087	.931
	TOTALINCOME	.132	.013	.488	10.369	.000
	AGE	-14.714	37.539	-.018	-.392	.695
	UNIVERSITY	238.066	84.087	.134	2.831	.005
	FACULTY	12.732	13.758	.043	.925	.355
	A1	-28.060	118.153	-.011	-.237	.812
	A2	-5.050	134.933	-.002	-.037	.970
	A3	-165.816	222.473	-.034	-.745	.457

a. Dependent Variable: COSEXMONTH

Regression

[DataSet1] C:\Documents and Settings\Administrator\Desktop\super data.sav

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTALINCOME		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).
2	UNIVERSITY		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: COSEXMONTH

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.469 ^a	.220	.218	1095.737
2	.490 ^b	.240	.236	1082.907

a. Predictors: (Constant), TOTALINCOME

b. Predictors: (Constant), TOTALINCOME, UNIVERSITY

ANOVA^c

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.349E8	1	1.349E8	112.368	.000 ^a
	Residual	4.779E8	398	1200639.826		
	Total	6.128E8	399			
2	Regression	1.472E8	2	7.361E7	62.767	.000 ^b
	Residual	4.656E8	397	1172686.916		
	Total	6.128E8	399			

a. Predictors: (Constant), TOTALINCOME

b. Predictors: (Constant), TOTALINCOME, UNIVERSITY

c. Dependent Variable: COSEXMONTH

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	232.064	118.829		1.953	.052
	TOTALINCOME	.127	.012	.469	10.600	.000
2	(Constant)	-152.231	166.955		-.912	.362
	TOTALINCOME	.131	.012	.484	11.008	.000
	UNIVERSITY	253.362	78.238	.142	3.238	.001

a. Dependent Variable: COSEXMONTH

Excluded Variables^c

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	AGE	-.003 ^a	-.064	.949	-.003	.906
	UNIVERSITY	.142 ^a	3.238	.001	.160	.989
	FACULTY	.083 ^a	1.891	.059	-.094	1.000
	A1	-.013 ^a	-.287	.774	-.014	.997
	A2	.002 ^a	.055	.956	.003	.991
	A3	-.021 ^a	-.463	.644	-.023	.999
2	AGE	-.020 ^b	-.431	.667	-.022	.895
	FACULTY	.041 ^b	.889	.375	.045	.891
	A1	-.013 ^b	-.305	.761	-.015	.997
	A2	-.011 ^b	-.247	.805	-.012	.982
	A3	-.035 ^b	-.805	.421	-.040	.988

a. Predictors in the Model: (Constant), TOTALINCOME

b. Predictors in the Model: (Constant), TOTALINCOME, UNIVERSITY

c. Dependent Variable: COSEXMONTH

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าอิสระ

เรื่อง **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของนักศึกษาปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่**
แบบสอบถามนี้ใช้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้รับจะใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น จึงขอความร่วมมือจากท่าน ในการตอบแบบสอบถามให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ **คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงหรือความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และหากมีข้อมูลเพิ่มเติม กรุณากรอรายละเอียดลงในช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. อายุปี
2. ภูมิลำเนา จังหวัด.....
3. กลุ่มคณะที่ศึกษา
 - 1. คณะวิทยาศาสตร์
 - 2. คณะวิศวกรรมศาสตร์
 - 3. คณะเกษตรศาสตร์
 - 4. คณะอุตสาหกรรมเกษตร
 - 5. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 - 6. วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี
 - 7. คณะมนุษยศาสตร์
 - 8. คณะศึกษาศาสตร์
 - 9. คณะจิตรศิลป์
 - 10. คณะสังคมศาสตร์
 - 11. คณะบริหารธุรกิจ
 - 12. คณะเศรษฐศาสตร์
 - 13. คณะการสื่อสารมวลชน
 - 14. คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

ประศาสนศาสตร์

- 15. คณะนิติศาสตร์
- 16. คณะศิลปศาสตร์
- 17. คณะนิเทศศาสตร์
- 18. คณะบริหารรัฐกิจ

4. สถาบันการศึกษา

1. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2. มหาวิทยาลัยพายัพ
 3. มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

5. ท่านมีรายรับจากผู้ปกครองหรือไม่

1. มี โปรครระบุ.....บาท/เดือน 2. ไม่มี

6. ท่านมีรายรับจากการทำงานพิเศษนอกเวลาหรือไม่

1. มี โปรครระบุ.....บาท/เดือน 2. ไม่มี

7. ท่านมีรายรับจากการกู้ยืมเพื่อการศึกษาหรือไม่

1. มี โปรครระบุ.....บาท/เดือน 2. ไม่มี

8. ท่านมีรายได้รวมทั้งหมด.....บาท/เดือน

9. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

1. 3,000 – 6,000 บาท 2. 6,001 – 9,000 บาท
 3. 9,001 – 12,000 บาท 4. 12,000 – 15,000 บาท
 4. 15,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้และการเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ท่านใช้เครื่องสำอางทำความสะอาด (Cleansing Cosmetic) ชนิดใดบ้าง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. สบู่ 2. แชมพู
 3. ครีมนวดผม 4. ยาสีฟัน
 5. น้ำมันล้างหน้า (Cleansing Oil) 6. ครีม/โฟม/เจลล้างหน้า
 7. น้ำยาทำความสะอาดจุดซ่อนเร้น 8. ครีมอาบน้ำ
 9. แอลกอฮอล์เจล (เจลทำความสะอาดโดยไม่ใช้น้ำ)
 10. อื่นๆ ระบุ.....

2. ท่านใช้เครื่องสำอางสำหรับตกแต่ง (Make Up) ชนิดใดบ้าง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ครีมรองพื้น | <input type="checkbox"/> 2. คอนซีลเลอร์ (ครีมปกปิดรอยสิ่ว) |
| <input type="checkbox"/> 3. แป้งฝุ่น | <input type="checkbox"/> 4. แป้งพัฟ |
| <input type="checkbox"/> 5. อายแชโดว์(แต่งตา) | <input type="checkbox"/> 6. กลิตเตอร์ (เพื่อเพิ่มประกายให้ดวงตา) |
| <input type="checkbox"/> 7. มาสคาร่า | <input type="checkbox"/> 8. อายไลเนอร์ (เขียนขอบตา) |
| <input type="checkbox"/> 9. ดินสอเขียนคิ้ว | <input type="checkbox"/> 10. บลัชออน (แต่งแก้ม) |
| <input type="checkbox"/> 11. น้ำหอม | <input type="checkbox"/> 12. ลิปสติก |
| <input type="checkbox"/> 13. ลิปกลอส | <input type="checkbox"/> 14. อื่นๆ ระบุ..... |

3. ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอางเฉลี่ยแต่ละครั้ง โปรครระบุ.....บาท / ครั้ง

4. ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอางเฉลี่ยแต่ละเดือน โปรครระบุ.....บาท / เดือน

5. จำนวนเครื่องสำอางที่ใช้ทั้งหมดในแต่ละวัน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 1 – 5 ชิ้น | <input type="checkbox"/> 2. 6 – 10 ชิ้น |
| <input type="checkbox"/> 3. 11 – 15 ชิ้น | <input type="checkbox"/> 4. 15 ชิ้นขึ้นไป |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ ระบุ..... | |

6. จำนวนเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศที่ใช้ในแต่ละวัน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 1 – 5 ชิ้น | <input type="checkbox"/> 2. 6 – 10 ชิ้น |
| <input type="checkbox"/> 3. 11 – 15 ชิ้น | <input type="checkbox"/> 4. 15 ชิ้นขึ้นไป |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ ระบุ..... | |

7. วัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องสำอาง

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อให้บุคคลในครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> 3. เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆ | <input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ ระบุ..... |

8. ความถี่ในการซื้อเครื่องสำอาง

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. มากกว่าหนึ่งครั้งต่อเดือน | <input type="checkbox"/> 2. เดือนละครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3. สองเดือนต่อครั้ง | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่าสองเดือนต่อครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ ระบุ..... | |

9. ปริมาณที่ซื้อเครื่องสำอาง

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. มากกว่าหนึ่งชิ้นต่อเดือน | <input type="checkbox"/> 2. เดือนละชิ้น |
| <input type="checkbox"/> 3. สองเดือนต่อชิ้น | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่าสองเดือนต่อชิ้น |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ ระบุ..... | |

10. แหล่งที่ซื้อเครื่องสำอาง

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เคาท์เตอร์เครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า | <input type="checkbox"/> 2. ร้านเฉพาะตราสินค้าอื่นๆ |
| <input type="checkbox"/> 3. แผงขายเครื่องสำอางตามสถานที่ต่างๆ | <input type="checkbox"/> 4. สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ ระบุ..... | |

11. บุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ตนเอง | <input type="checkbox"/> 2. พ่อแม่ / ญาติ |
| <input type="checkbox"/> 3. เพื่อน | <input type="checkbox"/> 4. พนักงานขาย |
| <input type="checkbox"/> 5. ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องเครื่องสำอาง | <input type="checkbox"/> 6. ศิลปิน นักร้อง นักแสดง |
| <input type="checkbox"/> 7. บุคคลในโฆษณาอื่นๆ | <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ ระบุ..... |

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของกลุ่มตัวอย่าง

- การเลือกซื้อเครื่องสำอางของท่านมีผลมาจากความต้องการเลียนแบบบุคคลอื่นใช่หรือไม่

<input type="checkbox"/> 1. ใช่	<input type="checkbox"/> 2. ไม่ใช่
---------------------------------	------------------------------------
- การเลือกซื้อเครื่องสำอางของท่านมีผลมาจากความต้องการทดลองใช้ใช่หรือไม่

<input type="checkbox"/> 1. ใช่	<input type="checkbox"/> 2. ไม่ใช่
---------------------------------	------------------------------------
- การเลือกซื้อเครื่องสำอางของท่านมีผลมาจากความต้องการเสริมสร้างบุคลิกใช่หรือไม่

<input type="checkbox"/> 1. ใช่	<input type="checkbox"/> 2. ไม่ใช่
---------------------------------	------------------------------------

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับของความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1. ตราสินค้า					
2. คุณภาพตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์					
3. ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์					
4. ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์					
5. บรรจุภัณฑ์หรือรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์					
6. ป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์					
7. ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย					
ปัจจัยด้านราคา					
1. ราคาของผลิตภัณฑ์					
2. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ					
3. รูปแบบการชำระเงิน					
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย					
1. ความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่าย					
2. การจัดตั้งสถานที่					
3. ความสะดวกสบายของสถานที่					
4. ที่ตั้งในการจัดจำหน่าย					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณา					
2. การลดราคา					
3. การรับเปลี่ยนคืนสินค้า					
4. โบชัวร์แนะนำผลิตภัณฑ์					
5. ผลิตภัณฑ์ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้					
6. การมีของแถม					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับของความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านการให้บริการ					
1. พนักงานมีความรู้และความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์					
2. ความสุภาพของพนักงาน					
3. การแต่งกายของพนักงาน					
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
5. การเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นางสาวหุยนต์ วิทยาเอนกนันท์
 วัน เดือน ปีเกิด 6 ตุลาคม 2529
 ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา
 ปีการศึกษา 2547
 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เศรษฐศาสตรบัณฑิต
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved