สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
ABSTRACT		ฉ
สารบัญตาราง		ฎ
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 หลักการและเหตุผล	1
	1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
	1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
	1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
	2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
	2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
	2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การตลาดผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพร	9
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการศึกษา	11
	3.1 ขอบเขตการศึกษา	11
	3.2 วิธีการศึกษา	12
	3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	12
	3.4 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	13
	3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	13
บทที่ 4	ผลการศึกษา	14
	ส่วนที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	15

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
ส่วนที่ 4.2	ประกอบไปด้วยยี่ห้อสบู่ที่เลือกใช้ ขนาดของสบู่ที่เลือกใช้ ราคาของสบู่ที่เลือกใช้ จำนวนการซื้อสบู่ต่อครั้ง ลักษณะการใช้งาน ความถี่ในการซื้อสบู่กี่ครั้งต่อเดือน การรู้จักสบู่สมุนไพร สบู่สมุนไพรที่เลือกใช้ ตรายี่ห้อสบู่สมุนไพรที่เลือกซื้อ เหตุผลที่เลือกซื้อสบู่สมุนไพร วัตถุประสงค์ที่ใช้สบู่สมุนไพร สถานที่ที่ซื้อสบู่สมุนไพร สื่อโฆษณาที่ทำให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพร รายการส่งเสริมการขายที่ต้องการ การเลือกใช้สบู่สมุนไพร เหตุผลที่ทำให้เปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่นและดูความสัมพันธ์กับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	18
ส่วนที่ 4.3	ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการซื้อสบู่สมุนไพร เพื่อศึกษาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแสดงเป็นจำนวน ร้อยละ และดูความสัมพันธ์กับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามคือ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยแปลผลตามเกณฑ์ค่าเฉลี่ยระดับต่างๆ	73
ส่วนที่ 4.4	ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการซื้อสบู่สมุนไพร จำแนกตามเพศ	83
ส่วนที่ 4.5	ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการซื้อสบู่สมุนไพร จำแนกตามอายุ	93
ส่วนที่ 4.6	ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการซื้อสบู่สมุนไพร จำแนกตามรายได้	105
ส่วนที่ 4.7	ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อสบู่สมุนไพร	115

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	116
5.1 สรุปผลการศึกษา	116
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	131
5.3 ข้อค้นพบ	133
5.4 ข้อเสนอแนะ	135
บรรณานุกรม	137
ภาคผนวก	138
แบบสอบถาม	139
ประวัติผู้เขียน	146

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	15
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	16
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด(หรือกำลังศึกษาอยู่)	16
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	17
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อสบู่สมุนไพรที่เลือกใช้	18
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของสบู่สมุนไพรที่เลือกใช้	20
ตารางที่4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของสบู่สมุนไพร	20
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการซื้อแต่ละครั้ง	21
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการใช้งานสบู่สมุนไพร	21
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสบู่สมุนไพร	22
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักสบู่สมุนไพร	23
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสบู่สมุนไพรที่เลือกใช้	24
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตรายี่ห้อที่เลือกซื้อ	24
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเลือกซื้อสบู่สมุนไพร	25

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อสบู่สมุนไพร	26
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้สบู่สมุนไพร	27
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	28
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อโฆษณาที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพร	29
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริมการขาย	29
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการเลือกใช้ยี่ห้อสบู่สมุนไพร	30
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะตามเหตุผลในการเปลี่ยนไปใช้สบู่สมุนไพรยี่ห้อใหม่	30
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับขนาดของสบู่สมุนไพรที่เลือกใช้ จำแนกตามเพศ	31
ตารางที่ 4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับราคาของสบู่สมุนไพรที่เลือกใช้ จำแนกตามเพศ	32
ตารางที่ 4.25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรู้จักสบู่สมุนไพร จำแนกตามเพศ	33
ตารางที่ 4.26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสบู่สมุนไพรที่เลือกใช้ จำแนกตามเพศ	34
ตารางที่ 4.27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีการเลือกซื้อสบู่สมุนไพร จำแนกตามเพศ	36
ตารางที่ 4.28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกซื้อสบู่สมุนไพร จำแนกตามเพศ	37

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ซื้อสบู่สมุนไพร จำแนกตามเพศ	38
ตารางที่ 4.30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อโฆษณาที่ทำให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพร จำแนกตามเพศ	39
ตารางที่ 4.31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่ต้องการ จำแนกตามเพศ	40
ตารางที่4.32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับขนาดของสบู่สมุนไพรที่เลือกใช้ จำแนกตามอายุ	41
ตารางที่ 4.33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับราคาของสบู่สมุนไพรที่เลือกใช้ จำแนกตามอายุ	42
ตารางที่ 4.34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรู้จักสบู่สมุนไพร จำแนกตามอายุ	44
ตารางที่ 4.35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสบู่สมุนไพรที่เลือกใช้ จำแนกตามอายุ	46
ตารางที่ 4.36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีการเลือกซื้อสบู่สมุนไพร จำแนกตามอายุ	48
ตารางที่ 4.37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกซื้อสบู่สมุนไพร จำแนกตามอายุ	50
ตารางที่ 4.38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ซื้อสบู่สมุนไพร จำแนกตามอายุ	52
ตารางที่ 4.39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อโฆษณาที่ทำให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพร จำแนกตามอายุ	54
ตารางที่ 4.40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่ต้องการ จำแนกตามอายุ	55
ตารางที่ 4.41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับขนาดของสบู่สมุนไพรที่เลือกใช้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับราคาของสบู่สมุนไพรที่เลือกใช้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 58

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรู้จักสบู่สมุนไพร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 59

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสบู่สมุนไพรที่เลือกใช้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 61

ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีการเลือกซื้อสบู่สมุนไพร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 63

ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกซื้อสบู่สมุนไพร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 65

ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ซื้อสบู่สมุนไพร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 67

ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อโฆษณาที่ทำให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 69

ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่ต้องการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 71

ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อสบู่สมุนไพรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 73

ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อสบู่สมุนไพรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา 77

ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อสบู่สมุนไพรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 78

ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อสบู่สมุนไพรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 80

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.54	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อสบู่สมุนไพรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด	82
ตารางที่ 4.55	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อสบู่สมุนไพรจำแนกตามเพศ	83
ตารางที่ 4.56	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อสบู่สมุนไพรจำแนกตามเพศ	86
ตารางที่ 4.57	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อสบู่สมุนไพรจำแนกตามเพศ	88
ตารางที่ 4.58	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสบู่สมุนไพรจำแนกตามเพศ	90
ตารางที่ 4.59	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามเพศ	92
ตารางที่ 4.60	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อสบู่สมุนไพรจำแนกตามอายุ	93
ตารางที่ 4.61	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อสบู่สมุนไพรจำแนกตามอายุ	97
ตารางที่ 4.62	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อสบู่สมุนไพรจำแนกตามอายุ	99
ตารางที่ 4.63	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสบู่สมุนไพรจำแนกตามอายุ	101
ตารางที่ 4.64	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอายุ	104
ตารางที่ 4.65	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	105
ตารางที่ 4.66	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้	108

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.67	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้	110
ตารางที่ 4.68	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้	112
ตารางที่ 4.69	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามรายได้	114
ตารางที่ 4.70	แสดงข้อเสนอปัญหา/ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อสบู่สมุนไพร	115
ตารางที่ 5.1	สรุปพฤติกรรมการเลือกซื้อและเลือกใช้สบู่สมุนไพรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	118
ตารางที่ 5.2	สรุปพฤติกรรมการเลือกซื้อและเลือกใช้สบู่สมุนไพรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	120
ตารางที่ 5.3	สรุปพฤติกรรมการเลือกซื้อและเลือกใช้สบู่สมุนไพรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	123
ตารางที่ 5.4	สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการซื้อสบู่สมุนไพร	125
ตารางที่ 5.5	สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการซื้อสบู่สมุนไพรในระดับสูงที่สุด จำแนกตามเพศ	127
ตารางที่ 5.6	สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการซื้อสบู่สมุนไพรในระดับสูงที่สุดจำแนกตามอายุ	128
ตารางที่ 5.7	สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการซื้อสบู่สมุนไพรในระดับสูงที่สุดจำแนกตามรายได้	130
ตารางที่ 5.8	สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการซื้อสบู่สมุนไพรตามลำดับค่าเฉลี่ย	131

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved