

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	3
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตของการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	11
สถานที่และระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	13
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับผิวกาย ยี่ห้อ L'OREAL ในจังหวัดเชียงใหม่	29
ตอนที่ 3 ปัญหาในการซื้อเครื่องสำอางกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับผิวกาย ยี่ห้อ L'OREAL	78
ตอนที่ 4 ชนิดเครื่องสำอางสำหรับผิวกายยี่ห้อ L'OREAL ที่ซื้อ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้	83
ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ (เพิ่มเติม)	89

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุปผลการวิเคราะห์ อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	90
สรุปผลการวิเคราะห์	90
อภิปรายผล	91
ข้อค้นพบ	94
ข้อเสนอแนะ	98
บรรณานุกรม	100
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	101
	102
ประวัติผู้เขียน	114

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	17
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	18
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	19
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	20
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อเครื่องสำอาง ที่ใช้ในปัจจุบัน	21
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ใช้เครื่องสำอาง	23
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตามความคิดเห็น เกี่ยวกับเครื่องสำอางนำเข้ากับเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศ	24
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตามการตั้งใจ เปลี่ยนไปใช้เครื่องสำอางยี่ห้ออื่น	25
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำแนกตามสาเหตุ ของการเปลี่ยนไปใช้เครื่องสำอางยี่ห้ออื่น	26
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุของการไม่เปลี่ยน ไปใช้เครื่องสำอางยี่ห้ออื่น	27
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลของกระแสนิยม การใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศ	28
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งผลิตเครื่องสำอาง ยี่ห้อ L'OREAL ตามความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อเครื่องสำอาง ยี่ห้อ L'OREAL	30
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อ เครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL	31
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อ เครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดเครื่องสำอาง สำหรับผิวกายี่ห้อ L'OREAL ที่ซื้อ	33
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตามปริมาณการซื้อ เครื่องสำอางสำหรับผิวกายี่ห้อ L'OREAL	34
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตามเหตุผลที่ซื้อ เครื่องสำอางสำหรับผิวกายี่ห้อ L'OREAL	35
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบข้อมูลเกี่ยวกับ เครื่องสำอางสำหรับผิวกายี่ห้อ L'OREAL	36
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับ เครื่องสำอางสำหรับผิวกายี่ห้อ L'OREAL	37
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อสินค้าในช่วง ที่มีการส่งเสริมการขาย	38
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับการ ใช้เครื่องสำอางี่ห้อ L'OREAL ก่อนซื้อ	39
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขาย ที่น่าสนใจ	40
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามของแถมที่น่าสนใจ	41
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรางวัลชิงโชคที่น่าสนใจ	42
28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางี่ห้อ L'OREAL	43
29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคาที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางี่ห้อ L'OREAL	44
30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางี่ห้อL'OREAL	45

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL	46
32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL	47
33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL	48
34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตามเพศ	49
35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตามเพศ	51
36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตามเพศ	52
37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตามเพศ	53
38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตามอายุ	55
39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตามอายุ	57
40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตามอายุ	58

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตามอายุ	60
42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนก ตามอาชีพ	62
43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ย่อยด้านราคาที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตาม อาชีพ	64
44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตามอาชีพ	66
45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตามอาชีพ	68
46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
47 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ย่อยด้านราคาที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
48 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74
49 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	76

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
50	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	78
51	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา	79
52	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	80
53	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	81
54	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยในการซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ L'OREAL	82
55	แสดงชนิดเครื่องสำอางสำหรับผิวกายยี่ห้อ L'OREAL ที่ซื้อ จำแนกตามเพศ	83
56	แสดงชนิดเครื่องสำอางสำหรับผิวกายยี่ห้อ L'OREAL ที่ซื้อ จำแนกตามอายุ	84
57	แสดงชนิดเครื่องสำอางสำหรับผิวกายยี่ห้อ L'OREAL ที่ซื้อ จำแนกตามอาชีพ	85
58	แสดงชนิดเครื่องสำอางสำหรับผิวกายยี่ห้อ L'OREAL ที่ซื้อ จำแนกตามรายได้	87
59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	89