

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	4
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	5
ความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอาง	9
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การเก็บรวบรวมข้อมูล	14
การวิเคราะห์ข้อมูล	14
สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	15
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	15

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางมีสทินที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	19
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้เครื่องสำอางมีสทินที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	24
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	28
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อเครื่องสำอางมีสทินที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	62
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	67
สรุปผลการศึกษา	67
อภิปรายผล	72
ข้อค้นพบ	75
ข้อเสนอแนะ	76
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	80
ประวัติผู้เขียน	105

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบสอบถามจำแนกตามอายุ	16
2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	17
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	18
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ย	17
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	18
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทการใช้เครื่องสำอาง มิสทินที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	19
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้ เครื่องสำอางมิสทินที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	19
8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	20
9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางมิสทินที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	20
10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้ในการ ซื้อเครื่องสำอางมิสทินที่มีสารสกัดจากธรรมชาติต่อครั้ง	21
11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการซื้อเครื่องสำอาง มิสทินที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	21
12	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการใช้ เครื่องสำอางมิสทินที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	22
13	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อเครื่องสำอาง มิสทินที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	22
14	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อเครื่องสำอางมิสทิน ที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	23

15	จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	24
16	จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	25
17	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	26
18	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	27
19	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	28
20	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา จำแนกตามอายุ	30
21	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	31
22	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการ ตลาดจำแนกตามอายุ	33
23	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อเครื่องสำอางมีสกินที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ จำแนกตามอายุ	35
24	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	36
25	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	38
26	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา	39
27	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการ ตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา	41
28	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระดับ การศึกษา	43

29	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	44
30	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	46
31	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	47
32	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการ ตลาดจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	49
33	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	51
34	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	52
35	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	54
36	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	56
37	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการ ตลาดจำแนกตามอาชีพ	58
38	ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดจำแนกตามอาชีพ	61
39	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาของ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	62
40	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาของ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	63
41	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาของ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	64
42	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาของ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	65
43	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาของ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	66