

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
การเก็บรวบรวมข้อมูล	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	11
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	12
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	16
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด	69
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของ ผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	80

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	82
สรุปผลการศึกษา	82
อภิปรายผลการศึกษา	87
ข้อค้นพบ	91
ข้อเสนอแนะ	93
บรรณานุกรม	97
ภาคผนวก	99
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม	100
ประวัติผู้เขียน	107

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้าที่ใช้	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้าที่ใช้	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ใช้ผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้า	20
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้าที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อ	21
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้า	22
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้า	23
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้าที่หือเดิมหรือไม่เลือกซื้อหือเดิม หากผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่ใกล้หมด	23
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้าที่หือเดิม หากผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้าที่ใช้อยู่ใกล้หมดหรือหมด	24
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้าที่หือเดิม หากผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้าที่ใช้อยู่ใกล้หมดหรือหมด	25
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้า	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณหรือขนาดของผลิตภัณฑ์ลวดรีวรอยบนใบหน้าที่ซื้อแต่ละครั้ง	27
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์ลวดรีวรอยบนใบหน้าที่ซื้อ	27
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ลวดรีวรอยบนใบหน้าที่ซื้อ	28
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความนิยมในการซื้อผลิตภัณฑ์ลวดรีวรอยบนใบหน้าที่ซื้อแบบครบชุด	28
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ลวดรีวรอยบนใบหน้าที่ซื้อแบบครบชุด	29
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ลวดรีวรอยบนใบหน้าที่ซื้อแบบครบชุด	29
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลของผลิตภัณฑ์ลวดรีวรอยบนใบหน้าที่ซื้อ	30
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์ลวดรีวรอยบนใบหน้าที่ใช้จำแนกตามอายุ	31
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราสินค้าที่ใช้ของผลิตภัณฑ์ลวดรีวรอยบนใบหน้าที่ใช้จำแนกตามอายุ	33
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่ใช้ผลิตภัณฑ์ลวดรีวรอยบนใบหน้าที่ใช้จำแนกตามอายุ	36
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลวดรีวรอยบนใบหน้าที่ใช้จำแนกตามอายุ	38
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ลวดรีวรอยบนใบหน้าที่ใช้จำแนกตามอายุ	39
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ลวดรีวรอยบนใบหน้าที่ซื้อต่อครั้งจำแนกตามอายุ	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์ลคัรวิรอยบนใบหน้าจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	42
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราสินค้าที่ใช้ของผลิตภัณฑ์ลคัรวิรอยบนใบหน้าจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	45
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่ใช้ผลิตภัณฑ์ลคัรวิรอยบนใบหน้าจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	48
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลคัรวิรอยบนใบหน้าจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	50
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ลคัรวิรอยบนใบหน้าจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	51
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ลคัรวิรอยบนใบหน้าต่อครั้งจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	53
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์ลคัรวิรอยบนใบหน้าจำแนกตามอาชีพ	54
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราสินค้าที่ใช้ของผลิตภัณฑ์ลคัรวิรอยบนใบหน้าจำแนกอาชีพ	57
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่ใช้ผลิตภัณฑ์ลคัรวิรอยบนใบหน้าจำแนกตามอาชีพ	61
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลคัรวิรอยบนใบหน้าจำแนกตามอาชีพ	63
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ลคัรวิรอยบนใบหน้าจำแนกตามอาชีพ	65
39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ลคัรวิรอยบนใบหน้าต่อครั้งจำแนกตามอาชีพ	67
40 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลคัรวิรอยบนใบหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม	69

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
41 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม	73
42 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม	74
43 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม	76
44 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 ลำดับแรก ของส่วนประสมการตลาดด้านต่างๆ	78
45 ปัญหาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	80
46 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	81