

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญดาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
ขอบเขตการศึกษา	13
วิธีการศึกษา	14
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
ระยะเวลาในการดำเนินศึกษา	15
สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา	15
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคเข้าสู่แบรนด์เพื่อสุขภาพ และความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ หรือสเปเชียลตี้ สโตร์ (Specialty Store)	20

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อสุขภาพ และความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด และปัจจัยอื่นๆ	26
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อสุขภาพและความงาม จากร้านขายสินค้าเฉพาะ จำแนกตามการเป็นสมาชิก	36
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า อุปโภคบริโภคเพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสังคม จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	50
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	59
สรุปผลการศึกษา	59
อภิปรายผลการศึกษา	66
ข้อค้นพบ	69
ข้อเสนอแนะ	70
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก	77
แบบสอบถาม	78
ประวัติผู้เขียน	85

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	17
2 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	17
3 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	18
4 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	18
5 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	19
6 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อหรือใช้สินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงาม จำแนกตามร้านขายสินค้าเฉพาะ	20
7 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเป็นสมาชิกของร้านขายสินค้าเฉพาะหรือสเปเชียลตี้ สโตร์	20
8 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ	21
9 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยในการซื้อหรือใช้สินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ	22
10 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะเฉลี่ยต่อเดือน	22
11 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์จากร้านขายสินค้าเฉพาะทุกประเภทรวมกันเฉลี่ยต่อครั้ง	23
12 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์จากร้านขายสินค้าเฉพาะในแต่ละครั้ง	23
13 ตารางคะแนนและอันดับจำแนกตามจุดประสงค์ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์จากร้านขายสินค้าเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการซื้อสินค้าอุปโภคเห้าส์แบรนด์จากร้านขายสินค้าเฉพาะ	25
15	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการซื้อสินค้าอุปโภคเห้าส์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม	26
16	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านราคาต่อการซื้อสินค้าอุปโภคเห้าส์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม	28
17	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการซื้อสินค้าอุปโภคเห้าส์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ	29
18	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการซื้อสินค้าอุปโภคเห้าส์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ	31
19	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม ที่มีต่อการซื้อสินค้าอุปโภคเห้าส์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ	33
20	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละเพศของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อหรือใช้สินค้าอุปโภคเห้าส์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงาม จำแนกตามการเป็นสมาชิก	36
21	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อหรือใช้สินค้าอุปโภคเห้าส์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงาม จำแนกตามการเป็นสมาชิก	37
22	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อหรือใช้สินค้าอุปโภคเห้าส์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงาม จำแนกตามการเป็นสมาชิก	38
23	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อหรือใช้สินค้าอุปโภคเห้าส์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงาม จำแนกตามการเป็นสมาชิก	39
24	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อหรือใช้สินค้าอุปโภคเห้าส์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงาม จำแนกตามการเป็นสมาชิก	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
25 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละร้านขายสินค้าเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อหรือใช้สินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงาม จำแนกตามการเป็นสมาชิก	41
26 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อหรือใช้ จำแนกตามการเป็นสมาชิก	42
27 แสดงจำนวนและร้อยละความบ่อยในการซื้อหรือใช้สินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นสมาชิก	43
28 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละจำนวนครั้งในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามการเป็นสมาชิก	44
29 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละจำนวนชิ้นที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามเฉลี่ยต่อครั้ง จำแนกตามการเป็นสมาชิก	45
30 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละค่าใช้จ่ายต่อการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามในแต่ละครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นสมาชิก	46
31 ตารางคะแนนและอันดับของจุดประสงค์ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นสมาชิก	47
32 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามในแต่ละเดือน จำแนกตามการเป็นสมาชิก	48
33 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	50
34 ตารางค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	52
35 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแฮนด์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
36 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อสินค้าอุปโภคภัณฑ์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55
37 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสังคม (บุคคลอ้างอิง) ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อสินค้าอุปโภคภัณฑ์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
38 ตารางแสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อสินค้าอุปโภคภัณฑ์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ	60
39 ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อสินค้าอุปโภคภัณฑ์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ จำแนกตามการเป็นสมาชิก	62
40 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อสินค้าอุปโภคภัณฑ์แบรนด์เพื่อสุขภาพและความงามจากร้านขายสินค้าเฉพาะ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64