

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎี	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	8
ขอบเขตการศึกษา	8
วิธีการศึกษา	8
วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	9
วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	10
สถิติที่ใช้ในการศึกษา	10
ระยะเวลาในการศึกษา	10
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	11
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	12
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	16
ครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร	53
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	83
สรุปผลการศึกษา	83
อภิปรายผลการศึกษา	98
ข้อค้นพบ	99
ข้อเสนอแนะ	113
บรรณานุกรม	115
ภาคผนวก	116
ประวัติผู้เขียน	123

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	12
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษาสูงสุด	13
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	14
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	15
4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	20
4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	22
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	26
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	30
4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	31
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	32

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	33
4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	35
4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	37
4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	39
4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	40
4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	42
4.21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตราสินค้าของครีมบำรุงผิวหน้า	44
4.22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า	45
4.23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่นิยมซื้อครีมบำรุงผิวหน้า	46
4.24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่สตรีหันมาใช้ครีมบำรุงผิวหน้า	47
4.25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อจากการเปลี่ยนแปลงราคาของครีมบำรุงผิวหน้าตราสินค้าที่ใช้ประจำ	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ตราสินค้าอื่นแทนหรือไม่ซื้อครีมบำรุงผิวตราสินค้าอื่นแทน	48
4.27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลของการไม่ซื้อครีม บำรุงผิวหน้าตราสินค้าอื่นแทนตราฮีห้อเดิม	49
4.28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลของการซื้อ ครีมบำรุงผิวหน้าตราสินค้าอื่นแทน	49
4.29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลครีมบำรุงผิวหน้า ที่ได้รับทราบ	50
4.30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายของครีม บำรุงผิวหน้า	51
4.31 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งผลิตครีมบำรุงผิวหน้า ที่นิยมซื้อ	52
4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์ที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า	53
4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้านราคา ที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า	54
4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า	55
4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้านการ ส่งเสริมการตลาดที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า	56
4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์ที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า จำแนกตามอายุ	57
4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์ที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า จำแนกตามรายได้	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์ที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า จำแนกตามอาชีพ	63
4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ราคาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า จำแนกตามอายุ	66
4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ราคาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า จำแนกตามรายได้	67
4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ราคาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า จำแนกตามอาชีพ	68
4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า จำแนกตามอายุ	70
4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า จำแนกตามรายได้	72
4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า จำแนกตามอาชีพ	75
4.45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาดที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า จำแนกตามอายุ	77
4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้านการ ส่งเสริมการตลาดที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า จำแนกตามรายได้	79
4.47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้านการ ส่งเสริมการตลาดที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า จำแนกตามอาชีพ	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.9 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าใน และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	94
5.10 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าใน และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	95
5.11 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าใน และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้	96
5.12 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าใน และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	97
5.13 แสดงระดับความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือนและอาชีพ	101
5.14 แสดงระดับความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือนและอาชีพ	103
5.15 แสดงระดับความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือนและอาชีพ	105
5.16 แสดงระดับความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือนและอาชีพ	107

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.17 ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า	109
5.18 ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาที่พบในการซื้อครีม บำรุงผิวหน้าของสตรี	112



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved