

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1      บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2      แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3      ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	10
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	11
บทที่ 4      ผลการศึกษา	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้าน	
ริ้วรอยของผู้หญิง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	15
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ	
การตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอย	
ของผู้หญิง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	40
ส่วนที่ 4 ปัญหาข้อเสนอแนะสำหรับการตัดสินใจซื้อครีมบำรุง	
ผิวหน้าด้านริ้วรอยของผู้หญิง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	65

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	66
สรุปผลการศึกษา	66
อภิปรายผลการศึกษา	77
ข้อค้นพบ	81
ข้อเสนอแนะ	82
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	83
บรรณานุกรม	84
ภาคผนวก	85
ประวัติผู้เขียน	93

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	13
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	14
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	14
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนยี่ห้อที่ใช้ครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอย	15
6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ	16
7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อ	17
8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยมากที่สุด	18
9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยต่อเดือน	18
10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของ	19
11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยต่อครั้ง	19
12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริเวณบนผิวหน้าที่ให้ความสำคัญมากที่สุดเมื่อใช้	20
13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเหตุผลที่ใช้	20
14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลต่อการตัดสินใจซื้อจากการเปลี่ยนแปลงราคาของครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยที่ใช้ประจำ	21
15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อตราสินค้าอื่นแทนหรือไม่ หากครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยที่ใช้เป็นประจำไม่มีวางจำหน่ายในขณะนั้น	21
16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลของการไม่ซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยตราสินค้าอื่นแทน	22

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลของการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยตราสินค้าอื่นแทน	22
18 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอย	23
19 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรู้จัก	23
20 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความชอบการส่งเสริมการขาย	24
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนยี่ห้อที่ใช้จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	25
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยต่อเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	26
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับชนิดของจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	27
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่ใช้จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	28
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลต่อการตัดสินใจซื้อจากการเปลี่ยนแปลงราคาของครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยที่ใช้ประจำ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	29
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลของการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยตราสินค้าอื่นแทน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	30
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนยี่ห้อที่ใช้จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	31
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสในการซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	32
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อต่อเดือน จำแนกตามอายุ	33

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่ใช้ จำแนกตามอายุ	34
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลต่อการตัดสินใจซื้อจากการเปลี่ยนแปลงราคาของที่ใช้ประจำ จำแนกตามอายุ	35
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการซื้อตราสินค้าอื่นแทนหากที่ใช้เป็นประจำไม่มีวางจำหน่ายในขณะนั้น จำแนกตามอายุ	36
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการไม่เลือกซื้อตราสินค้าอื่นแทน หากที่ใช้เป็นประจำไม่มีวางจำหน่ายในขณะนั้น จำแนกตามอายุ	37
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความชอบการส่งเสริมการขายครีมบำรุงผิวหน้าด้านรีวรอยของผู้หญิง จำแนกตามอายุ	39
35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านรีวรอยของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านรีวรอยของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านรีวรอยของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านรีวรอยของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านรีวรอยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	45
40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านรีวรอยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	49
41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านรีวรอยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	51
42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านรีวรอยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	56
44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	59
45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	60
46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	62
47 ปัญหาสำหรับการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอย	65
48 ข้อเสนอแนะสำหรับการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอย	65
49 สรุป 3 ลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอยจำแนกตามอายุ	68
50 สรุป 3 ลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอยจำแนกตามอายุ	69
51 สรุป 3 ลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอยจำแนกตามอายุ	70
52 สรุป 3 ลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอยจำแนกตามอายุ	72
53 สรุป 3 ลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	73
54 สรุป 3 ลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	74
55 สรุป 3 ลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าด้านริ้วรอยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	75

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
56	สรุป 3 ลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	76
57	แสดงการเปรียบเทียบผลการศึกษาในครั้งนี้นี้กับผลการศึกษาของนฤมล วัฒนศิริ (2551) เรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	79

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved