

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพประกอบ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
ความหมายและความสำคัญของเครื่องสำอาง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ	19
ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม	27
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	28
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย..... ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล..... การวิเคราะห์ข้อมูล	42 42 43 45 45
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค..... ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้บริโภค ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรม การใช้เครื่องสำอาง ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค กับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของผู้บริโภคใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	48 48 50 56 61 72 90
5	สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ สรุปผลการวิจัย..... อภิปรายผลการวิจัย..... ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	96 96 99 103

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม	104
ภาคผนวก	112
ประวัติย่อผู้วิจัย	117

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ค่าความถี่ และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค.....	48
2	จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อ.....	50
3	จำนวนและร้อยละของมูลค่าในการซื้อ.....	51
4	จำนวนและร้อยละของประเภทสื่อของเครื่องสำอาง.....	52
5	จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอาง.....	53
6	จำนวนและร้อยละของประเภทเครื่องสำอาง.....	54
7	จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อเครื่องสำอาง.....	55
8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านผลิตภัณฑ์.....	56
9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านราคา.....	57
10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ของผู้บริโภค.....	58
11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	59
12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง โดยภาพรวม.....	60
13	ค่าเฉลี่ยการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามเพศ.....	61
14	ค่าเฉลี่ยการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามอายุ.....	62
15	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุเป็นรายคู่.....	63
16	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	65
18	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	66
19	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามอาชีพ.....	67
20	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่.....	68
21	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	69
22	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามรายได้.....	70
23	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านราคา จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่.....	71
24	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ.....	72
25	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามความถี่ในการซื้อเป็นรายคู่.....	73
26	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามความถี่ในการซื้อเป็นรายคู่.....	74
27	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามมูลค่าในการซื้อ.....	75
28	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามมูลค่าในการซื้อเป็นรายคู่.....	76
29	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านราคา จำแนกตามมูลค่าในการซื้อเป็นรายคู่.....	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
30	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามมูลค่าในการซื้อเป็นรายคู่.....	78
31	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามมูลค่าในการซื้อเป็นรายคู่.....	79
32	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามประเภทสีของเครื่องสำอาง	80
33	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสีของเครื่องสำอางเป็นรายคู่.....	81
34	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทสีของเครื่องสำอางเป็นรายคู่.....	82
35	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอาง.....	83
36	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอางเป็นรายคู่.....	84
37	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอางเป็นรายคู่.....	85
38	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามประเภทเครื่องสำอาง	86
39	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านราคา จำแนกตามประเภทเครื่องสำอางเป็นรายคู่.....	87
40	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามสถานที่ซื้อเครื่องสำอาง	88
41	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานที่ซื้อเครื่องสำอางเป็นรายคู่.....	89
42	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง ของผู้บริโภค.....	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
43	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง ของผู้บริโภค.....	91
44	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้ เครื่องสำอางของผู้บริโภค	92
45	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง ของผู้บริโภค.....	93
46	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการใช้ เครื่องสำอางของผู้บริโภค	94
47	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง ของผู้บริโภค.....	95

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
2 โมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	22