

สารบัญ

หน้า

| | |
|-------------------------|-----|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | (ก) |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | (ค) |
| กิตติกรรมประกาศ..... | (จ) |

บทที่

| | |
|---|----|
| 1. บทนำ | |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 2 |
| 1.3 สมมติฐานของการวิจัย..... | 3 |
| 1.4 ขอบเขตของการวิจัย..... | 3 |
| 1.5 กรอบแนวคิด..... | 4 |
| 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 4 |
| 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ..... | 5 |
| 2. แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | |
| 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม..... | 6 |
| 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและ กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค..... | 9 |
| 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดบริการ..... | 17 |
| 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ..... | 25 |
| 2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 32 |
| 3. การดำเนินการวิจัย | |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... | 35 |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 36 |
| 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 37 |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 38 |
| 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 39 |

| | |
|---|----|
| 4. ผลการวิจัย | |
| 4.1 ส่วนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม..... | 41 |
| 4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ ของนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยสยาม..... | 46 |
| 4.3 ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ..... | 52 |
| 4.4 ส่วนที่ 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน..... | 71 |
| 5. สรุปและอภิปรายผล | |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย..... | 74 |
| 5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ ของนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยสยาม..... | 76 |
| 5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ ของนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยสยาม..... | 76 |
| 5.4 การทดสอบสมมติฐาน..... | 78 |
| 5.5 อภิปรายผลการวิจัย..... | 81 |
| 5.6 ข้อเสนอแนะ..... | 81 |
| บรรณานุกรม | |
| ภาคผนวก | |
| แบบสอบถาม..... | 82 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ..... | 41 |
| 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา..... | 42 |
| 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคณะวิชาที่ศึกษา..... | 43 |
| 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... | 44 |
| 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้..... | 45 |
| 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละความถี่ในการเลือกซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ.. | 46 |
| 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละสถานที่ซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ | 47 |
| 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละเวลาในการเลือกซื้อความถี่ในการเลือกซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ..... | 48 |
| 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละจำนวนเงินที่ท่านใช้ในการซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ..... | 49 |
| 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละประเภทเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ..... | 50 |
| 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ..... | 51 |
| 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม หูหრა..... | 52 |
| 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย..... | 53 |

| | |
|--|----|
| 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องคุณภาพของสินค้า..... | 54 |
| 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องความมีชื่อเสียงของตราสินค้า..... | 55 |
| 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องนวัตกรรมใหม่ๆของเครื่องสำอาง..... | 56 |
| 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ..... | 57 |
| 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องราคาเหมาะสมกับชื่อเสียง..... | 58 |
| 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องราคาไม่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยเกินไป..... | 59 |
| 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องราคาใกล้เคียงกับคู่แข่ง..... | 60 |
| 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องสถานที่ซื้อเดินทางได้สะดวก..... | 61 |
| 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องเคาน์เตอร์มีความสวยงามตั้งเกดง่าย..... | 62 |
| 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องพนักงานขายมีความเชี่ยวชาญและให้บริการที่ดี..... | 63 |

| | |
|--|----|
| 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้..... | 64 |
| 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องมีการจัดส่งสินค้าถูกต้องตรงตามเวลา..... | 65 |
| 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องมีของแถมหรือของสมนาคุณ..... | 66 |
| 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องมีบัตรสมาชิกสำหรับสะสมแต้มหรือรับสิทธิพิเศษ..... | 67 |
| 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องมีการลดราคาหรือส่วนลด..... | 68 |
| 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางสื่อ สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย..... | 69 |
| 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศเรื่องมีการแจกสินค้าใหม่ให้ลูกค้าได้ทดลองใช้..... | 70 |
| 4.31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ ของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยสยาม..... | 71 |
| 4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ ของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยสยาม..... | 72 |
| 5.1 จำนวน และร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์..... | 74 |
| 5.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความสำคัญของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดแต่ละด้าน..... | 77 |

| | |
|--|----|
| 5.3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรม ในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ ของนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยสยาม..... | 79 |
| 5.4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรม ในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากต่างประเทศ ของนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยสยาม..... | 80 |