

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง  
บำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีตราห้อยไทยของผู้บริโภคใน  
เขตกรุงเทพมหานคร

นฤมล บัวระบัดทอง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

พ.ศ. 2549

ISBN 974-671-432-5

**The influence of marketing mix factors over consumer's decision making  
in the purchasing process of facial care cosmetics in the local brand stores  
in Bangkok area**

**NARUMON BUARABATTHONG**

**A Thesis Submitted in partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Business Administration  
Department of Business Administration  
Graduate School, Dhurakij Pundit University**

**2006**

**ISBN 974-671-432-5**

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์วิรัช สงวนวงศ์วาน อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์และรองศาสตราจารย์ศิริชัย พงษ์วิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมเป็นอย่างสูง ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการคำให้ปรึกษา แนะนำ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนการศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

การวิจัยครั้งนี้ได้รับความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิลา พงศ์ยี่หล้า ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษาสาขาบริหารธุรกิจและรองศาสตราจารย์ยุทธนา ชรรณเจริญ กรรมการที่ได้สละเวลาอันมีค่าช่วยตรวจสอบ แนะนำให้คำปรึกษาและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

หากวิทยานิพนธ์นี้มีส่วนดีและประโยชน์ต่อผู้อื่น ผู้วิจัยขอขอบคุณความดีให้กับ บิดา มารดา ครอบครัวและพี่น้องที่ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจด้วยดีตลอดมา หากพบข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยและขอน้อมรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

นฤมล บัวระบัดทอง

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๗
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๗
สารบัญภาพ.....	๗
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ.....	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	17
2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องสำอาง.....	22
2.4 ประวัติและรายละเอียดเกี่ยวกับสถานประกอบการที่ทำการศึกษา.....	26
2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	35
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	35
3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	38
3.3 การกำหนดเครื่องมือรวบรวมข้อมูล.....	39
3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	40
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
4.1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์หรือข้อมูลทั่วไปสำหรับ ผู้ตอบแบบสอบถาม.....	42
4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง บำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีตราฮือไทย.....	46
4.3 การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มี ฮือไทย.....	48
4.4 การทดสอบสมมติฐาน.....	55
5. สรุปการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ.....	113
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	114
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	121
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	123
ข้อเสนอสำหรับผู้ที่จะทำวิจัยครั้งต่อไป.....	124
บรรณานุกรม.....	125
ภาคผนวก .....	128

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงจำนวนสาขาของร้านพลอยสวย ร้านสโรรักษ์ ร้านผลิตภัณฑ์ สมุนไพร.สาโรช และบ้านสมุนไพรสกุรัตน์.....	36
3.2 แสดงจำนวนสาขาที่สุ่มได้ในการเก็บตัวอย่าง.....	37
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	42
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	43
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ.....	43
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา.....	44
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้.....	44
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ.....	45
4.7 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่อง สำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีयीหือไทย.....	46
4.8 แสดงเหตุผลที่ใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า.....	48
4.9 แสดงเหตุผลที่ใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มี यीหือไทย.....	48
4.10 แสดงบุคคลที่สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าใน สถานประกอบการที่มีयीหือไทย.....	49
4.11 แสดงสื่อโฆษณาที่รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ในสถานประกอบการที่มีयीหือไทย.....	49
4.12 แสดงการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีयीหือไทย.....	50
4.13 แสดงเหตุผลสำคัญมากที่สุดที่ท่านตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง บำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีयीหือไทย.....	50
4.14 แสดงค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถาน ประกอบการที่มีयीหือไทย.....	51
4.15 แสดงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการ ที่มีयीหือไทยที่ใช้และซื้อ.....	51

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 แสดงบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง บำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย.....	52
4.17 แสดงความรู้สึกหลังจากได้ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าใน สถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย.....	52
4.18 แสดงความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการ ที่มียี่ห้อไทย.....	53
4.19 แสดงผลข้างเคียงที่เกิดขึ้นภายหลังการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุง ผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย.....	53
4.20 แสดงปัญหาที่พบจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าใน สถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย.....	54
4.21 แสดงการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถาน ประกอบการที่มียี่ห้อไทยในอนาคต.....	54
4.22 แสดงการทดสอบสมมติฐานเพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การรับรู้ปัญหา ด้านเหตุผลที่ใช้.....	55
4.23 แสดงการทดสอบสมมติฐานเพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การแสวงหาข้อมูล ด้านสื่อโฆษณาที่รับรู้.....	56
4.24 แสดงการทดสอบสมมติฐานเพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การประเมินทางเลือก ด้านลักษณะการซื้อ.....	57
4.25 แสดงการทดสอบสมมติฐานเพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การตัดสินใจซื้อ ด้านค่าใช้จ่าย.....	58
4.26 แสดงการทดสอบสมมติฐานเพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การประเมินผลหลังการซื้อ ด้านการซื้อในอนาคต.....	59

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.27 แสดงการทดสอบสมมติฐานอายุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การรับรู้ปัญหา ด้านเหตุผลที่ใช้.....	60
4.28 แสดงการทดสอบสมมติฐานอายุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การแสวงหาข้อมูล ด้านสื่อโฆษณาที่รับรู้.....	61
4.29 แสดงการทดสอบสมมติฐานอายุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การประเมินทางเลือก ด้านลักษณะการซื้อ.....	62
4.30 แสดงการทดสอบสมมติฐานอายุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การตัดสินใจซื้อ ด้านค่าใช้จ่าย.....	63
4.31 แสดงการทดสอบสมมติฐานอายุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การประเมินผลหลังการซื้อ ด้านการซื้อในอนาคต.....	64
4.32 แสดงการทดสอบสมมติฐานอาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การรับรู้ปัญหา ด้านเหตุผลที่ใช้.....	65
4.33 แสดงการทดสอบสมมติฐานอาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การแสวงหาข้อมูล ด้านสื่อโฆษณาที่รับรู้.....	66
4.34 แสดงการทดสอบสมมติฐานอาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การประเมินทางเลือก ด้านลักษณะการซื้อ.....	67
4.35 แสดงการทดสอบสมมติฐานอาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มียี่ห้อไทย การตัดสินใจซื้อ ด้านค่าใช้จ่าย.....	68



## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.36 แสดงการทดสอบสมมติฐานอาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีอีหือไทย การประเมินผลหลังการซื้อ ด้านการซื้อในอนาคต.....	69
4.37 แสดงการทดสอบสมมติฐานการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีอีหือไทย การรับรู้ปัญหา ด้านเหตุผลที่ใช้.....	70
4.38 แสดงการทดสอบสมมติฐานการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีอีหือไทย การแสวงหาข้อมูล ด้านสื่อโฆษณาที่รับรู้.....	71
4.39 แสดงการทดสอบสมมติฐานการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีอีหือไทย การประเมินทางเลือก ด้านลักษณะการซื้อ.....	72
4.40 แสดงการทดสอบสมมติฐานการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีอีหือไทย การตัดสินใจซื้อ ด้านค่าใช้จ่าย.....	73
4.41 แสดงการทดสอบสมมติฐานการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีอีหือไทย การประเมินผลหลังการซื้อ ด้านการซื้อในอนาคต.....	74
4.42 แสดงการทดสอบสมมติฐานรายได้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีอีหือไทย การรับรู้ปัญหา ด้านเหตุผลที่ใช้.....	75
4.43 แสดงการทดสอบสมมติฐานรายได้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีอีหือไทย การแสวงหาข้อมูล ด้านสื่อโฆษณาที่รับรู้.....	76
4.44 แสดงการทดสอบสมมติฐานรายได้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีอีหือไทย การประเมินทางเลือก ด้านลักษณะการซื้อ.....	77

### สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.45 แสดงการทดสอบสมมติฐานรายได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การตัดสินใจซื้อ ด้านค่าใช้จ่าย.....	78
4.46 แสดงการทดสอบสมมติฐานรายได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การประเมินผลหลังการซื้อ ด้านการซื้อในอนาคต.....	79
4.47 แสดงการทดสอบสมมติฐานสถานภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การรับรู้ปัญหา ด้านเหตุผลที่ใช้.....	80
4.48 แสดงการทดสอบสมมติฐานสถานภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การแสวงหาข้อมูล ด้านสื่อโฆษณาที่รับรู้.....	81
4.49 แสดงการทดสอบสมมติฐานสถานภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การประเมินทางเลือก ด้านลักษณะการซื้อ.....	82
4.50 แสดงการทดสอบสมมติฐานสถานภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การตัดสินใจซื้อ ด้านค่าใช้จ่าย.....	83
4.51 แสดงการทดสอบสมมติฐานสถานภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การประเมินผลหลังการซื้อ ด้านการซื้อในอนาคต.....	84
4.52 แสดงการทดสอบสมมติฐานผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การรับรู้ปัญหา ด้านเหตุผลที่ใช้.....	85
4.53 แสดงการทดสอบสมมติฐานผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การแสวงหาข้อมูล ด้านสื่อโฆษณาที่รับรู้.....	86

### สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.54 แสดงการทดสอบสมมติฐานผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การประเมินทางเลือก ด้านลักษณะการซื้อ.....	87
4.55 แสดงการทดสอบสมมติฐานผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การตัดสินใจซื้อ ด้านค่าใช้จ่าย.....	88
4.56 แสดงการทดสอบสมมติฐานผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การประเมินผลหลังการซื้อ ด้านการซื้อในอนาคต.....	89
4.57 แสดงการทดสอบสมมติฐานราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การรับรู้ปัญหา ด้านเหตุผลที่ใช้.....	90
4.58 แสดงการทดสอบสมมติฐานราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การแสวงหาข้อมูล ด้านสื่อโฆษณาที่รับรู้.....	91
4.59 แสดงการทดสอบสมมติฐานราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การประเมินทางเลือก ด้านลักษณะการซื้อ.....	92
4.60 แสดงการทดสอบสมมติฐานราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การตัดสินใจซื้อ ด้านค่าใช้จ่าย.....	93
4.61 แสดงการทดสอบสมมติฐานราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการที่มีฮือไทย การประเมินผลหลังการซื้อ ด้านการซื้อในอนาคต.....	94
4.62 แสดงการทดสอบสมมติฐานการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการ ที่มีฮือไทย การรับรู้ปัญหา ด้านเหตุผลที่ใช้.....	95

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.63 แสดงการทดสอบสมมติฐานการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการ ที่มีयीหือไทย การแสวงหาข้อมูล ด้านสื่อโฆษณาที่รับรู้.....	96
4.64 แสดงการทดสอบสมมติฐานการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการ ที่มีयीหือไทยการประเมินทางเลือก ด้านลักษณะการซื้อ.....	97
4.65 แสดงการทดสอบสมมติฐานการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการ ที่มีयीหือไทย การตัดสินใจซื้อ ด้านค่าใช้จ่าย.....	98
4.66 แสดงการทดสอบสมมติฐานการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการ ที่มีयीหือไทย การประเมินผลหลังการซื้อ ด้านการซื้อในอนาคต.....	99
4.67 แสดงการทดสอบสมมติฐานการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการ ที่มีयीหือไทย การรับรู้ปัญหา ด้านเหตุผลที่ใช้.....	100
4.68 แสดงการทดสอบสมมติฐานการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการ ที่มีयीหือไทย การแสวงหาข้อมูล ด้านสื่อโฆษณาที่รับรู้.....	101
4.69 แสดงการทดสอบสมมติฐานการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการ ที่มีयीหือไทย การประเมินทางเลือก ด้านลักษณะการซื้อ.....	102
4.70 แสดงการทดสอบสมมติฐานการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการ ที่มีयीหือไทย การตัดสินใจซื้อ ด้านค่าใช้จ่าย.....	103
4.71 แสดงการทดสอบสมมติฐานการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในสถานประกอบการ ที่มีयीหือไทย การประเมินผลหลังการซื้อ ด้านการซื้อในอนาคต.....	104

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.72 แสดงการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภครุ่นที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่ต่างกัน.....	105
4.73 แสดงการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภครุ่นที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่ต่างกัน.....	106
4.74 แสดงการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภครุ่นที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่ต่างกัน.....	107
4.75 แสดงการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภครุ่นที่มีการศึกษาต่างกันมีปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่ต่างกัน.....	109
4.76 แสดงการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภครุ่นที่มีรายได้ต่างกันมีปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่ต่างกัน.....	110
4.77 แสดงการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภครุ่นที่มีสถานภาพต่างกันมีปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่ต่างกัน.....	112

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงโมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	5
2.2 รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ของผู้บริโภค.....	12
2.3 ส่วนประสมการตลาด.....	21
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	38

DPU