

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.3 สมมติฐานของการวิจัย	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.7 นิยามคำศัพท์เฉพาะ	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ	10
2.2 แนวคิดและเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล	14
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	17
2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ ร้าน ส.พรทวีชัย	19
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 การกำหนดประชากร	31
3.2 เครื่องมือที่ใช้ทำการวิจัย	31
3.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	32
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	34
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน	35
4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	45
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการวิจัย	49
5.2 อภิปรายผล	51
5.3 ข้อเสนอแนะ	54
เอกสารอ้างอิง	56
ภาคผนวก	
ก การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม	62
ข แบบสอบถาม	68

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	การสังเคราะห์ตัวแปร
3.1	ผลการตรวจสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ
4.3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด
4.4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ
4.5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
4.6	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเครื่องสำอางที่นิยมซื้อมากที่สุด
4.7	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อเครื่องสำอาง
4.8	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ
4.9	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเครื่องสำอาง
4.10	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางที่เลือกซื้อเครื่องสำอาง
4.11	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงิน
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจซื้อโดยรวม
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านการตระหนักถึงปัญหา
4.14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านการแสวงหาข้อมูล
4.15	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก
4.16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ
4.17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ
4.18	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ของผู้บริโภค ร้าน ส.พรทวีชัย อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอาง ปี 2562-2566	2
1.2	ปริมาณยอดการจำหน่ายเครื่องสำอางของร้าน ส.พรทวีชัย ปี 2562-2566	4
1.3	กรอบแนวคิดการวิจัย	7

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี