

## สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ .....	ก
ABSTRACT.....	ค
กิตติกรรมประกาศ .....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ณ
สารบัญภาพประกอบ .....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ภูมิหลัง .....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	3
สมมติฐานการวิจัย .....	3
ขอบเขตการวิจัย .....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย .....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	8
แนวคิดที่เกี่ยวข้อง .....	8
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....	12
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	19
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	23
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย .....	26
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	30
การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล .....	30
สถิติที่ใช้ในการวิจัย .....	31

หัวเรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	34
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	34
ลำดับชั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	35
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	36
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ .....	60
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	60
สมมติฐานในการวิจัย .....	60
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	61
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	61
สรุปผลการวิจัย .....	61
อภิปรายผล .....	65
ข้อเสนอแนะ .....	67
บรรณานุกรม .....	70
ภาคผนวก .....	72
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย .....	73
ภาคผนวก ข คุณภาพของแบบสอบถาม .....	80
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์ .....	83
ประวัติผู้วิจัย .....	87

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	36
2 จำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์ความงาม ทิพย์เมนท์ ในจังหวัดมหาสารคาม .....	38
3 ค่าเฉลี่ยส่วนและเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาซื้อสินค้าในศูนย์ความงาม ทิพย์เมนท์ โดยรวมและรายด้าน .....	42
4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับ ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ .....	43
5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ในด้านราคา .....	44
6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย .....	44
7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ในด้านส่งเสริมการตลาด .....	45
8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ในด้านบุคลากร .....	46
9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ในด้านกายภาพ .....	46
10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ ความคิดเห็นของลูกค้า ในด้าน กระบวนการ .....	47
11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ .....	48
12 เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอายุ .....	49

13	เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ ในจังหวัดมหาสารคาม ที่มีอายุต่างกันเป็นรายคู่ .....	
14	เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ ในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามการศึกษา .....	50
15	เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอาชีพ .....	51
16	เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อ ลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ในจังหวัดมหาสารคาม ที่มีอาชีพต่างกันเป็นรายคู่ .....	52
17	เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผลต่อ ลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ในจังหวัดมหาสารคาม ที่มีอาชีพต่างกันเป็นรายคู่ .....	53
18	เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อ ลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ในจังหวัดมหาสารคาม ที่มีอาชีพต่างกันเป็นรายคู่ .....	54
19	เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านกระบวนการที่มีผลต่อ ลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ ในจังหวัดมหาสารคามที่มีอาชีพต่างกันเป็นรายคู่ .....	55
20	เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านกายภาพที่มีผลต่อ ลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ ในจังหวัดมหาสารคาม ที่มีอาชีพต่างกันเป็นรายคู่ .....	56
21	เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ ในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน .....	57
		58

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แสดงตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภครวม ..... 17	17
2 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา ..... 25	25



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY