

## สารบัญ

### หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย .....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	II
กิตติกรรมประกาศ .....	III
สารบัญ .....	IV
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญรูปภาพ .....	XII

### บทที่

1 บทนำ .....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
ความสำคัญของการศึกษา.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย .....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	7
ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค .....	7
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค .....	19
ความหมายของการบริโภค .....	19
ประเภทของการบริโภค.....	20
ปัจจัยที่ใช้กำหนดการบริโภค.....	20
ผลกระทบทางการตลาดที่เกิดจากแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง .....	23
ทฤษฎีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ .....	25

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ.....	32
แนวคิดเกี่ยวกับการคัดเลือกกรรมเสริมความงาม .....	34
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ .....	36
ความหมายของการตัดสินใจ.....	36
ลักษณะของการตัดสินใจ.....	36
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ.....	37
กระบวนการตัดสินใจ.....	38
การมีเหตุผลในการตัดสินใจ.....	40
แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ .....	41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	44
<b>3 ระเบียบวิธีวิจัย .....</b>	<b>49</b>
รูปแบบการวิจัย.....	49
ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง .....	49
ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	51
เครื่องมือการวิจัย.....	51
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ .....	59
การรวบรวมข้อมูล .....	61
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	61
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>63</b>
ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์.....	63
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม .....	65
ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ .....	69
ตอนที่ 4 การตัดสินใจของการทำศัลยกรรมของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย	73
ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน.....	76

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	121
สรุปผลการวิจัย .....	121
อภิปรายผลการวิจัย.....	127
ข้อเสนอแนะ.....	139
บรรณานุกรม .....	140
ภาคผนวก .....	143
ประวัติผู้เขียน .....	152

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	63
4.2	แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม .....	65
4.3	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ .....	69
4.4	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการ ปัจจัยด้านราคา.....	69
4.5	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย .....	70
4.6	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด .....	70
4.7	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ปัจจัยด้านบุคคล .....	71
4.8	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ .....	71
4.9	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ .....	72
4.10	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ การตัดสินใจของการทำศัลยกรรม ด้านการรับรู้ความต้องการ .....	73
4.11	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ การตัดสินใจของการทำศัลยกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล .....	73

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.12	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ การตัดสินใจของการทำศัลยกรรม ด้านการประเมินทางเลือก .....	74
4.13	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ การตัดสินใจของการทำศัลยกรรม ด้านการตัดสินใจ .....	75
4.14	แสดงผลการทดสอบค่าแปรปรวน ของนักศึกษา จำแนกตาม เพศ โดยใช้ t-test .....	76
4.15	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษา จำแนกตาม อายุ ..	77
4.16	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามอายุ ด้านการประเมิน ทางเลือก .....	78
4.17	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามอายุ ด้านการตัดสินใจ .....	78
4.18	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษา จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา .....	80
4.19	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษาด้านการค้นหาข้อมูล .....	81
4.20	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษาด้านการประเมินทางเลือก .....	81
4.21	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษาด้านการตัดสินใจ .....	82
4.22	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษา จำแนกตาม รายได้ครอบครัวต่อเดือน .....	84
4.23	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามรายได้ ครอบครัวต่อเดือน ด้านการประเมินทางเลือก .....	85

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.24	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักศึกษา จำแนกตามรายได้ ครอบครัวต่อเดือนด้านการตัดสินใจ .....	86
4.25	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษา จำแนกตาม ประเภทสื่อที่เปิดรับ .....	87
4.26	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามประเภทสื่อ ที่เปิดรับ ด้านการรับรู้ความต้องการ .....	89
4.27	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักศึกษา จำแนกตามประเภทสื่อ ที่เปิดรับ ด้านการค้นหาข้อมูล .....	91
4.28	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักศึกษา จำแนกตามประเภทสื่อ ที่เปิดรับด้านการประเมินทางเลือก .....	93
4.29	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามประเภทสื่อ ที่เปิดรับ ด้านการตัดสินใจ .....	95
4.30	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษา จำแนกตามความถี่ ในการเปิดรับ .....	97
4.31	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามความถี่ ในการเปิดรับ ด้านการประเมินทางเลือก .....	98
4.32	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามความถี่ ในการเปิดรับ ด้านการตัดสินใจ .....	99
4.33	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษา จำแนกตาม วันที่เปิดรับ.....	100
4.34	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักศึกษา จำแนกตามวันที่เปิดรับ ด้านการประเมินทางเลือก .....	101

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.35	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามวันที่เปิดรับ ด้านการตัดสินใจ .....	102
4.36	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษา จำแนกตามช่วงเวลา ที่เปิดรับ .....	103
4.37	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามช่วงเวลา ที่เปิดรับ ด้านการประเมินทางเลือก .....	104
4.38	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามช่วงเวลา ที่เปิดรับด้านการตัดสินใจ .....	105
4.39	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษา จำแนกตามเหตุผล ในการเปิดรับ .....	106
4.40	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามเหตุผล ในการเปิดรับ ด้านการรับรู้ความต้องการ.....	107
4.41	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามเหตุผล ในการเปิดรับด้านการค้นหาข้อมูล .....	108
4.42	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามเหตุผล ในการเปิดรับด้านการประเมินทางเลือก .....	110
4.43	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามเหตุผล ในการเปิดรับด้านการตัดสินใจ .....	111
4.44	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษา จำแนกตาม ความสนใจในการทำศัลยกรรม.....	113
4.45	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามความสนใจ ในการทำศัลยกรรม ด้านการรับรู้ความต้องการ.....	114

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.46	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามความสนใจ ในการทำศัลยกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล .....	115
4.47	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามความสนใจ ในการทำศัลยกรรม ด้านการประเมินทางเลือก .....	116
4.48	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามความสนใจ ในการทำศัลยกรรม ด้านการตัดสินใจ .....	117
4.49	แสดงผลการทดสอบค่าแปรปรวน ของนักศึกษา จำแนกตามเคยมีการทำ ศัลยกรรมโดยใช้ t-test.....	118
4.50	แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการกับการตัดสินใจทำศัลยกรรม .....	119
5.1	ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน .....	124

## สารบัญรูปภาพ

ภาพประกอบที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดด้านการวิจัย .....	4
2.1	แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคของ Henry Assael	7
2.2	แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดย Hawkins, Best, Coney .....	8
2.3	แบบจำลองภาพรวมของพฤติกรรมผู้บริโภค .....	22