

การศึกษาทัศนคติของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อผลิตภัณฑ์แก้ว



นางสาว ชีรประภา บุญไทย

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๒๘

ISBN 974-564-838-8

010510

A STUDY ON THE ATTITUDES OF COLLEGE STUDENTS IN BANGKOK
METROPOLITAN AREA TOWARDS ACNE REMEDY'S PRODUCT



MISS TEERAPRAPA BOONTHAI

ศูนย์วิทยทรัพยากร
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration

Graduate School

Chulalongkorn University

1985

I15898158

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาทัศนคติของนิสิตนักศึกษาใน เขตกรุง เทพมหานคร
ที่มีต่อผลิตภัณฑ์แก้ว

โดย

นางสาวธีรประภา บุญไทย

หลักสูตร

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์นายแพทย์ พิชิต สุวรรณประกร

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

อาจารย์นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

สมิตติ วัฒน

..... คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุประดิษฐ์ บุนนาค)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

[Signature]

..... ประธานกรรมการ

(ศาสตราจารย์ปรีชา วอนขอพร)

[Signature] กรรมการ

(รองศาสตราจารย์นายแพทย์พิชิต สุวรรณประกร)

[Signature] กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุรชานา วิวัฒน์ชาติ)

[Signature] กรรมการ

(อาจารย์นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาทัศนคติของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่มีต่อผลิตภัณฑ์แก๊ส
ชื่อนิสิต นางสาว อีรประภา บุณไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์นายแพทย์พิชิต สุวรรณประกร
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์นพรัตน์ ภูมิวิศิสาร
หลักสูตร บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา ๒๕๒๘



บทคัดย่อ

ผลิตภัณฑ์แก๊ส เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกัน บำบัด หรือรักษา
สิ่งแวดล้อม ที่มีโอกาสทางด้านการตลาดจัดอยู่ในขั้นดี เนื่องจากคนในวัยที่จะ เป็นสิวมียังมีจำนวนเพิ่มขึ้น
ตลอดเวลา ประกอบกับการที่มาตรฐานความเป็นอยู่ของผู้บริโภคสูงขึ้น ผู้บริโภคได้รับความ
รู้ความ เข้าใจในการรักษาสุขภาพอนามัยมากขึ้น ในปัจจุบันได้มีผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แก๊สออกมา
หลายยี่ห้อ ทำให้มีการแข่งขันกันมากในระหว่างผู้ผลิต ผู้เขียนสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง
ของผลิตภัณฑ์แก๊ส เพื่อต้องการทราบถึงทัศนคติของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อผลิตภัณฑ์แก๊ส ประโยชน์
ที่จะได้รับจากการศึกษาอาจเป็นแนวทางในการ เสนอแนะผู้ผลิตและผู้จำหน่าย เพื่อกำหนดส่วนผสม
ทางการตลาดที่เหมาะสม

การศึกษานี้ ผู้เขียนได้เน้นหนักไปในด้านการวิจัยด้วยการออกแบบสอบถาม เพื่อ
เก็บข้อมูลจากนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหญ่กลุ่มหนึ่ง โดย
ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญที่มุ่งศึกษา คือ ทัศนคติ พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์แก๊ส หลักเกณฑ์และพฤติ
กรรมการซื้อ

สมมุติฐานในการศึกษา คือ

๑. นิสิตนักศึกษาที่เป็นเพศหญิงให้ความสนใจต่อปัญหาเรื่องสิวมากกว่านิสิตนักศึกษาที่
เป็นเพศชาย
๒. เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการใช้ผลิตภัณฑ์แก๊สที่มีรูปแบบต่างๆกัน

๓. ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แก้สัวของนิสิตนักศึกษาขึ้นอยู่กับคุณภาพที่ได้รับบริการสนับสนุนจากคำแนะนำหรือคำรับรองของแพทย์

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว ผู้เขียนใช้การวิเคราะห์จากอัตราส่วนร้อยละ และการทดสอบด้วย ไคสแควร์ (Chi-square, χ^2)

ผลจากการศึกษา พบว่านิสิตนักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสนใจในการรักษา สิว วิธีการเป็นที่นิยมได้แก่การล้างหน้าบ่อยๆด้วยน้ำสะอาดหรือสบู่ทั่วไป และการใช้ผลิตภัณฑ์แก้สัว แต่จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์แก้สัวในปัจจุบันมีจำนวนไม่มากนัก เนื่องมาจากนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ยังมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผลิตภัณฑ์แก้สัว กล่าวคือ มีความรู้สึกว่าการใช้ผลิตภัณฑ์แก้สัวไม่น่าเชื่อถือ โฆษณาเกินความเป็นจริง ส่วนผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์แก้สัวชอบใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบสบู่มากที่สุด แต่อย่างไรก็ตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์แก้สัวมิใช่ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ คุณภาพที่น่าเชื่อถือ ซึ่งความเชื่อถือในคุณภาพของผลิตภัณฑ์เกิดจากประสบการณ์จากการเคยใช้มาก่อนและได้ผลดี เกิดจากการที่ผลิตภัณฑ์เป็นยา ไม่ใช่ เครื่องสำอาง และเกิดจากโฆษณาที่แจ้งว่าผลิตและควบคุมโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ร้านค้าที่นิสิต นักศึกษานิยมซื้อผลิตภัณฑ์แก้สัว คือ ร้านขายยา

อุปสรรคของผลิตภัณฑ์แก้สัว คือ นิสิตนักศึกษามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผลิตภัณฑ์แก้สัว และพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์แก้สัวยังไม่ถูกต้อง กล่าวคือ ไม่ได้ปฏิบัติตามคำสั่งหรือฉลากอย่างเคร่งครัด ทำให้ไม่เกิดผลการรักษาอย่างสมบูรณ์

ข้อเสนอแนะของผู้ทำวิจัย ได้แก่

๑. ผู้ผลิตควรสร้างทัศนคติที่นิสิตนักศึกษามีต่อผลิตภัณฑ์แก้สัวในทางที่ดี คำนี้ถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องควรกำหนดมาตรการในการควบคุมผลิตภัณฑ์ให้รัดกุมยิ่งขึ้น เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก้สัวและการใช้ไปสู่ผู้บริโภค

๒. ผู้ผลิตควรชี้แจงและย้ำเตือนให้ผู้ใช้ปฏิบัติตามคำสั่งหรือฉลากอย่างเคร่งครัด เพื่อประโยชน์ในการรักษา โดยการเพิ่มเนื้อที่ฉลาก ชี้ให้เห็นถึงผลเสียจากการไม่ปฏิบัติตามคำสั่งหรือฉลากอย่างเคร่งครัด หรือโดยการตั้งหน่วยแนะนำและให้คำปรึกษาแก่ผู้ใช้

๓. ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรให้ความสนใจกลุ่มผู้ใช้เพศชาย เช่นเดียวกับเพศหญิง เนื่องจากเพศชายให้ความสนใจเกี่ยวกับการรักษาสิวไม่แตกต่างจาก เพศหญิงตามที่พิสูจน์สมมุติฐาน

๔. ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรให้ความสนใจร้านขายยามากที่สุด

๕. ด้านการโฆษณา ควรสร้างโฆษณาเพื่อสร้างความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ มากกว่าโฆษณาด้วยการใช้ความ เพ้อฝัน หรือทำให้ผู้บริโภคเกิดอารมณ์หรือความนึกคิดเกี่ยวกับความงามเป็นหลัก



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

The study is based on the following assumption

1. Female students pay attention to problem of acne more than male students.
2. Sex has no effect on preference of acne remedy's products' form.
3. The most important factor of the students buying acne remedy's product is quality of the product which is supported, advised or recommended by doctor.

The methodology used in testing hypothesis is analyzing from percentage ratio and Chi-square.

The research found that university students of both sexes take it serious to curing acnes. The most popular practices are washing faces frequently with pure water or ordinary soap and using acne remedy's product. There are now only small number of university students using acne remedy's product because of the negative attitudes towards the acne remedy's product that the acne remedy's product is not trustworthy and the advertisements are exaggerate. As for the students ever used the acne remedy's product, soap form is the most favorite. However the form of acne remedy's product is not the most important factor influence buying. The most important factor is good quality. The believing in quality of the products come from good experience of using the product mostly asamedical product not as a cosmetic one, and also the product which are recommended by expert doctors. Drug stores are the most popular place for the student to buy acne remedy's product.

Difficulties of acne remedy's product is firstly the students'

bad attitudes towards the products and the inappropriate behavior in using the products. They do not follow the instruction or the labels which lead to imperfect result of the products.

Recommendations

1. Establish positive attitudes towards acne remedy's product by acquiring cooperation from government agencies concerned to better control over the products, giving consumers right information and getting producers to care more about consumers' safety.
2. Producer should warn and urge users to follow exactly what was said in the label by increasing labels space indicating bad effects if not following the instruction or having users' advising group available.
3. Producers and distributors should be equally interested in consumers of both sexes because the research found that males worry about theirs acnes as much as females do.
4. As for distribution, the producer and distributors should target at drug store.
5. For promotion, advertising should aim at establishing users' confidence in the product itself rather than using fantasy type of advertising or trying to make consumers imagine about beauty.



กิตติกรรมประกาศ

ในการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนได้รับความกรุณาจากบุคคลและหน่วยงานต่างๆ ทั้งหน่วยงานของเอกชนและรัฐบาลที่ได้ให้ความร่วมมือ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วง ได้โดยสมบูรณ์ ซึ่งผู้เขียนขอขอบคุณทุกท่านที่ได้ให้ข้อมูลต่างๆ เพื่อใช้ประกอบในการเขียน วิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ผู้เขียนขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ปรีชา วอนขอพร รองศาสตราจารย์สุรัชนา วิวัฒน์ชาติ ที่ได้สละเวลาเพื่อการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องและให้คำแนะนำ เพื่อทำให้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และผู้เขียนขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์นายแพทย์พิชิต สุวรรณประกร และอาจารย์พรรัตน์ ภูมิวิเชียร ที่ได้สละเวลา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการ ทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ และผู้เขียนขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ประกาศี อมรสิน อาจารย์ทวีศักดิ์ เสวตเศรษฐี ที่กรุณาให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงอีกครั้ง สำหรับทุกท่านที่มีส่วนช่วยให้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีทั้งที่ได้กล่าวนามและไม่ได้กล่าวนามมาข้างต้น หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีส่วนดี ผู้เขียนขอมอบความดีนั้นให้กับบุพการี และผู้มีพระคุณต่อผู้เขียน ทุกท่าน หากมีส่วนใดที่บกพร่องในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนขออภัยไว้แต่เพียงผู้เดียว

ศูนย์วิจัยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ธีรประภา บุญไทย

มิถุนายน ๒๕๒๔



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ข
รายการตารางประกอบ	ณ
รายการตารางภาพ	ต
บทที่	
๑. บทนำ	๑
๒. การตลาดของผลิตภัณฑ์แก๊สชีว	๙
๓. การวิเคราะห์ข้อมูล	๒๐
๔. สรุป และ ข้อเสนอแนะ	๑๑๔
บรรณานุกรม	๑๒๖
ภาคผนวก	๑๒๘
ประวัติผู้เขียน	๑๔๙

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่	
๑ ตารางแสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	๒๐
๒ ตารางแสดงระดับการศึกษาที่เริ่มเป็นสิ่วครั้งแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม	๒๒
๓ ตารางแสดงความคิดเห็นในเรื่องสาเหตุการเกิดเป็นสิ่ว เมื่อเริ่มเป็นสิ่ว ครั้งแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม	๒๓
๔ ตารางแสดงความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อเริ่มเป็นสิ่วครั้งแรก .	๒๔
๕ ตารางแสดงความสนใจในการรักษาสิวของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อเริ่ม เป็นสิ่วครั้งแรก	๒๗
๖ ตารางวิธีการรักษาสิววิธีแรกของผู้ตอบแบบสอบถามใช้	๒๘
๗ ตารางแสดงแสดงปัจจัยที่ผู้ตอบคำนึงถึงในการพิจารณา เลือกวิธีการรักษา สิ่ววิธีแรกที่ใช้	๓๐
๘ ตารางแสดงแหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบทราบหรือเรียนรู้วิธีการรักษาสิววิธีแรก ที่ใช้	๓๒
๙ ตารางแสดงความพอใจในผลจากการใช้วิธีการรักษาสิวที่ใช้ เป็นวิธีแรก	๓๔
๑๐ ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพอใจผลการรักษาของวิธีการรักษา สิ่ววิธีแรกที่ใช้ กับ การเปลี่ยนหรือไม่เปลี่ยนวิธีการ	๓๕
๑๑ ตารางแสดงจำนวนผู้ที่ยังคง เป็นสิ่วอยู่ในปัจจุบัน	๓๖
๑๒ ตารางแสดงความคิดเห็นในเรื่องสาเหตุการเกิด เป็นสิ่วในปัจจุบัน ...	๓๗
๑๓ ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันการศึกษา กับ ความคิดเห็นใน เรื่องสาเหตุการเกิด เป็นสิ่วของนักศึกษาเพศชาย	๓๘
๑๔ ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันการศึกษา กับ ความคิดเห็นใน เรื่องสาเหตุการเกิด เป็นสิ่วของนักศึกษาเพศหญิง	๔๑
๑๕ ตารางแสดงความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อ เป็นสิ่วในปัจจุบัน ...	๔๗

ตารางที่	หน้า
๑๖	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเมื่อ เป็นสิ่วในปัจจุบัน กับ สถาบันการศึกษา ๕๔
๑๗	ตารางแสดงความสนใจในการรักษาสิ่วในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม ๕๓
๑๘	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจในการรักษาสิ่วในปัจจุบัน กับ สถาบันการศึกษา ๕๕
๑๙	ตารางแสดงวิธีการที่ผู้ตอบใช้เพื่อการรักษาสิ่วในปัจจุบัน ๕๖
๒๐	ตารางแสดงวิธีการรักษาสิ่วที่ผู้ตอบใช้อยู่ในปัจจุบัน แยกวิเคราะห์ตาม สถาบันการศึกษา ๕๘
๒๑	ตารางแสดงปัจจัยที่ผู้ตอบคำนึงถึงในการพิจารณาเลือกวิธีการรักษาสิ่ว ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ๕๙
๒๒	ตารางแสดงแหล่งที่มาของค่าใช้จ่ายในการรักษาสิ่วของผู้ตอบแบบสอบ ถาม ๖๑
๒๓	ตารางแสดงแหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบหรือ เรียนรู้วิธีการรักษา สิ่วที่ใช้ปัจจุบัน ๖๒
๒๔	ตารางแสดงความพอใจผลจากการรักษาของวิธีที่ใช้ในปัจจุบัน ๖๔
๒๕	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพอใจผลการรักษาของวิธีที่ใช้ ปัจจุบัน กับ การใช้หรือไม่ใช้วิธีการดังกล่าวต่อไปในอนาคต ๖๕
๒๖	ตารางแสดงความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์แก้สิ่วที่วาง ขายในตลาดปัจจุบัน ๖๖
๒๗	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์แก้สิ่ว กับ สถาบันการศึกษา ๖๘
๒๘	ตารางแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับแพคเกจใช้ผลิตภัณฑ์ แก้สิ่ว ๗๐
๒๙	ตารางแสดงความจำเป็นในการปกปิด หากคิดจะใช้ผลิตภัณฑ์แก้สิ่ว . ๗๑

ตารางที่

หน้า

๓๐	ตารางแสดงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์แก้วที่ผู้ตอบใช้ เป็นหลัก เกณฑ์ในการพิจารณา เลือกซื้อผลิตภัณฑ์แก้ว	๗๒
๓๑	ตารางแสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์แก้ว	๗๔
๓๒	ตารางแสดงระดับการศึกษาที่ผู้ตอบ เริ่มใช้ผลิตภัณฑ์แก้ว เป็นครั้งแรก	๗๕
๓๓	ตารางแสดงผู้แนะนำให้ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ผลิตภัณฑ์แก้ว เป็นครั้งแรก	๗๖
๓๔	ตารางแสดงผู้ซื้อผลิตภัณฑ์แก้วที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ เป็นครั้งแรก	๗๘
๓๕	ตารางแสดงรูปแบบของผลิตภัณฑ์แก้วที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบใช้มากที่สุด	๘๐
๓๖	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความชอบในรูปแบบของผลิตภัณฑ์แก้ว กับ สถาบันการศึกษา	๘๒
๓๗	ตารางแสดงการพิจารณาเลือกรูปแบบในการตัดสินใจซื้อ	๘๔
๓๘	ตารางแสดงลักษณะการใช้ผลิตภัณฑ์แก้วที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบใช้	๘๕
๓๙	ตารางแสดงตรายี่ห้อผลิตภัณฑ์แก้วที่ผู้ตอบ เคยใช้ หรือ ใช้อยู่ในปัจจุบัน	๘๖
๔๐	ตารางแสดงเหตุผลในการ เปลี่ยนยี่ห้อ ในกรณีที่ผู้ตอบ เคยใช้ผลิตภัณฑ์แก้วมากกว่า ๑ ยี่ห้อ	๘๘
๔๑	ตารางแสดงช่วง เวลาที่ผู้ตอบคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์แก้วที่ดีควรแสดงผล เป็นที่น่าพอใจหลังจากการใช้	๙๐
๔๒/	ตารางแสดงพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์แก้วของผู้ตอบแบบสอบถามในปัจจุบัน	๙๒
๔๓/	ตารางแสดงตรายี่ห้อผลิตภัณฑ์แก้วที่ผู้ตอบใช้อยู่ปัจจุบัน	๙๓
๔๔/	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบ กับ ตรายี่ห้อผลิตภัณฑ์แก้วที่ใช้อยู่ปัจจุบัน	๙๕

ตารางที่

หน้า

๔๔	ตารางแสดงปัจจัยที่ผู้ตอบใช้พิจารณาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แก้ปวดร่าย ยี่ห้อที่ใช้อยู่ปัจจุบัน	๔๗
๔๕	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ แก้ปวดที่ใช้อยู่ปัจจุบัน กับ สถาบันการศึกษา	๔๙
๔๖	ตารางแสดงสาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบเชื่อถือในคุณภาพของผลิตภัณฑ์	๕๐๑
๔๗	ตารางแสดงผู้ซื้อผลิตภัณฑ์แก้ปวดที่ผู้ตอบใช้อยู่ปัจจุบัน	๕๐๓
๔๘	ตารางแสดงสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์แก้ปวดของผู้ตอบแบบสอบถาม	๕๐๕
๔๙	ตารางแสดงผู้แนะนำให้ผู้ตอบใช้ผลิตภัณฑ์แก้ปวดยี่ห้อที่ใช้ปัจจุบัน	๕๐๗
๕๐	ตารางแสดงความสม่ำเสมอในการปฏิบัติตามคำสั่งหรือฉลากของผลิตภัณฑ์ แก้ปวดเกี่ยวกับวิธีการใช้	๕๐๙
๕๑	ตารางแสดงผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์แก้ปวดที่ใช้ปัจจุบัน	๕๑๑
๕๒	ตารางแสดงความพอใจผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์แก้ปวดที่ใช้ปัจจุบัน	๕๑๒
๕๓	ตารางแสดงการซื้อผลิตภัณฑ์แก้ปวดยี่ห้อที่ใช้ปัจจุบันต่อไปอีกในอนาคต ..	๕๑๓
๕๔	ตารางแสดงการแนะนำเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดให้ใช้ผลิตภัณฑ์แก้ปวดยี่ห้อที่ ใช้ปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม	๕๑๔

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่		หน้า
๑	แผนภูมิแท่ง แสดงความสนใจรักษาสิวของนิสิตนักศึกษาเมื่อ เป็นสิวลครั้งแรก เปรียบเทียบกับในปัจจุบัน	๑๓๕
๒	แผนภูมิแท่ง แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุการเกิด เป็นสิวล เมื่อเป็นสิวลครั้งแรก เปรียบเทียบกับในปัจจุบันของ เพศชาย ...	๑๓๘
๓	แผนภูมิแท่ง แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุการเกิด เป็นสิวล เมื่อเป็นสิวลครั้งแรก เปรียบเทียบกับในปัจจุบันของ เพศหญิง ...	๑๔๐
๔	แผนภูมิแท่ง แสดงแหล่งข่าวสารข้อมูลที่ผู้ตอบทราบวิธีการรักษาสิวที่ใช้ครั้งแรก เปรียบเทียบกับปัจจุบัน	๑๔๐
๕	แผนภาพวง แสดงการใช้หรือไม่ใช้วิธีการรักษาสิวที่ใช้ปัจจุบันต่อไปอีกในอนาคต	๑๔๑
๖	แผนภูมิแท่ง แสดงเหตุผลในการ เลือกใช้วิธีการรักษาสิวที่ใช้ เป็นวิธีแรก เปรียบ เทียบกับวิธีการที่ใช้ในปัจจุบัน	๑๔๑
๗	แผนภาพวง แสดงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์แก้สิวลที่นิสิตนักศึกษาใช้ เป็นหลักเกณฑ์ในการพิจารณา เลือกซื้อ	๑๔๒
๘	แผนภาพวง แสดงความรู้สึกลที่นิสิตนักศึกษามีต่อผลิตภัณฑ์แก้สิวลที่วางขายในตลาดปัจจุบัน	๑๔๒
๙	แผนภาพวง แสดงระดับการศึกษาที่นิสิตนักศึกษา เริ่มใช้ผลิตภัณฑ์แก้สิวลเป็นครั้งแรก	๑๔๒
๑๐	แผนภูมิแท่ง แสดงผู้แนะนำให้นิสิตนักศึกษาใช้ผลิตภัณฑ์แก้สิวลผลิตภัณฑ์แรก เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่ปัจจุบัน	๑๔๓
๑๑	แผนภูมิแท่ง แสดงผู้ซื้อผลิตภัณฑ์แก้สิวล เปรียบ เทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นครั้งแรกกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ปัจจุบัน	๑๔๓

ภาพประกอบที่

หน้า

๑๒	แผนภาพวง	แสดงพฤติกรรมกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์แก้สัวในปัจจุบันของนิสิต นักศึกษาที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์แก้สัวมาแล้ว	๑๔๔
๑๓	แผนภาพวง	แสดงพฤติกรรมกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์แก้สัวของนิสิตนักศึกษา พิจารณาตามความสม่ำเสมอในการปฏิบัติตามคำสั่งหรือ ฉลากของผลิตภัณฑ์แก้สัว	๑๔๕
๑๔	แผนภาพวง	แสดงความพอใจผลจากใช้ผลิตภัณฑ์แก้สัว	๑๔๕
๑๕	แผนภาพวง	แสดงระยะเวลาที่นิสิตนักศึกษาคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์แก้สัวที่ ดีควรแสดงผล เป็นที่น่าพอใจหลังการใช้	๑๔๕
๑๖	แผนภาพวง	แสดงรูปแบบของผลิตภัณฑ์แก้สัวที่นิสิตนักศึกษาชอบใช้ ..	๑๔๕
๑๗	แผนภาพวง	แสดงปัจจัยที่นิสิตนักศึกษาคำนึงถึงในการพิจารณาเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์แก้สัว	๑๔๕
๑๘	แผนภาพวง	แสดงการเปรียบเทียบระหว่างซื้อยี่ห้อที่นิสิตนักศึกษาเคยใช้ กับยี่ห้อที่ใช้อยู่ปัจจุบัน	๑๔๖
๑๙	แผนภาพวง	แสดงสถานที่ที่นิสิตนักศึกษานิยมซื้อผลิตภัณฑ์แก้สัว	๑๔๖
๒๐	แผนภาพวง	แสดงการซื้อหรือไม่ซื้อผลิตภัณฑ์แก้สัวตรายี่ห้อที่ใช้อยู่ปัจจุบัน ต่อไปในอนาคต	๑๔๖