

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีและแนวคิด	4
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบและวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตของการศึกษา	13
3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	15
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	16
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล	17
3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
ส่วนที่ 2 ความถี่ในการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษา ผิวหน้าของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	29
ส่วนที่ 3 สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	35
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษา ผิวหน้าของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	37
ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุง รักษาผิวหน้าของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	56
ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุง รักษาผิวหน้าของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ราคาของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด และประเภทของ เครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	64
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	134
5.2 อภิปรายผล	157
5.3 ข้อค้นพบ	159
5.4 ข้อเสนอแนะ	165
บรรณานุกรม	168
ภาคผนวก	170
ประวัติผู้เขียน	185

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงคุณลักษณะของสื่อหลัก	7
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	19
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	19
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	20
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	20
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	21
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	21
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้า	22
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	22
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในกลุ่มของผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	23
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในกลุ่มของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	23
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในกลุ่มของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวรอบดวงตาที่ซื้อครั้งล่าสุด	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในกลุ่มของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวรอบริมฝีปากที่ซื้อครั้งล่าสุด	25
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในกลุ่มของผลิตภัณฑ์เพื่อความขาวเนียนที่ซื้อครั้งล่าสุด	25
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในกลุ่มของผลิตภัณฑ์รักษาสิวที่ซื้อครั้งล่าสุด	26
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในกลุ่มของผลิตภัณฑ์รักษาฝ้า กระ ที่ซื้อครั้งล่าสุด	26
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในกลุ่มของผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดดที่ซื้อครั้งล่าสุด	27
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	27
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	28
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง บำรุงรักษาผิวหน้าของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	29
21	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลผล และอันดับของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
22	แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	37
23	แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	41
24	แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	44
25	แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	47
26	แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	52
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้า	56
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารทำให้เกิดความคิด ที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในครั้งแรก	57
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลข่าวสาร จากการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในครั้งแรก	58
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมหลังจากที่รับข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้า	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้า	60
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ได้ตัดสินใจซื้อ	61
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ได้ตัดสินใจซื้อ	61
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ตัดสินใจซื้อและใช้แล้วกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าตราอื่นที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกัน	62
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้า และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในครั้งแรก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลข่าวสารจากการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในครั้งแรก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	69
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมหลังจากที่รับข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในครั้งแรก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลข่าวสาร ที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข้อมูลข่าวสารในครั้งแรกที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหนัง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	75
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหนังที่ได้ตัดสินใจซื้อ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	78
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหนังที่ได้ตัดสินใจซื้อ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	79
42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลข่าวสาร ต้องการเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหนังที่ตัดสินใจซื้อและใช้แล้วกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหนังตราอื่นที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	82
43	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหนังและราคาของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหนังที่ซื้อครั้งล่าสุด	85
44	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหนังในครั้งแรก และราคาของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหนังที่ซื้อครั้งล่าสุด	87
45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลข่าวสาร จากการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหนังในครั้งแรก และราคาของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหนังที่ซื้อครั้งล่าสุด	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
46	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้า และราคาของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	93
47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลข่าวสาร ที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อ เครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้า และราคาของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	96
48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ได้ตัดสินใจซื้อ และราคาของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	99
49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ได้ตัดสินใจซื้อ และราคาของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	100
50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลข่าวสาร ที่ต้องการเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ตัดสินใจซื้อและใช้แล้ว กับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าตราอื่นที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกัน และราคาของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	103
51	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้า และประเภทของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	107

สารบัญตาราง (ต่อ)

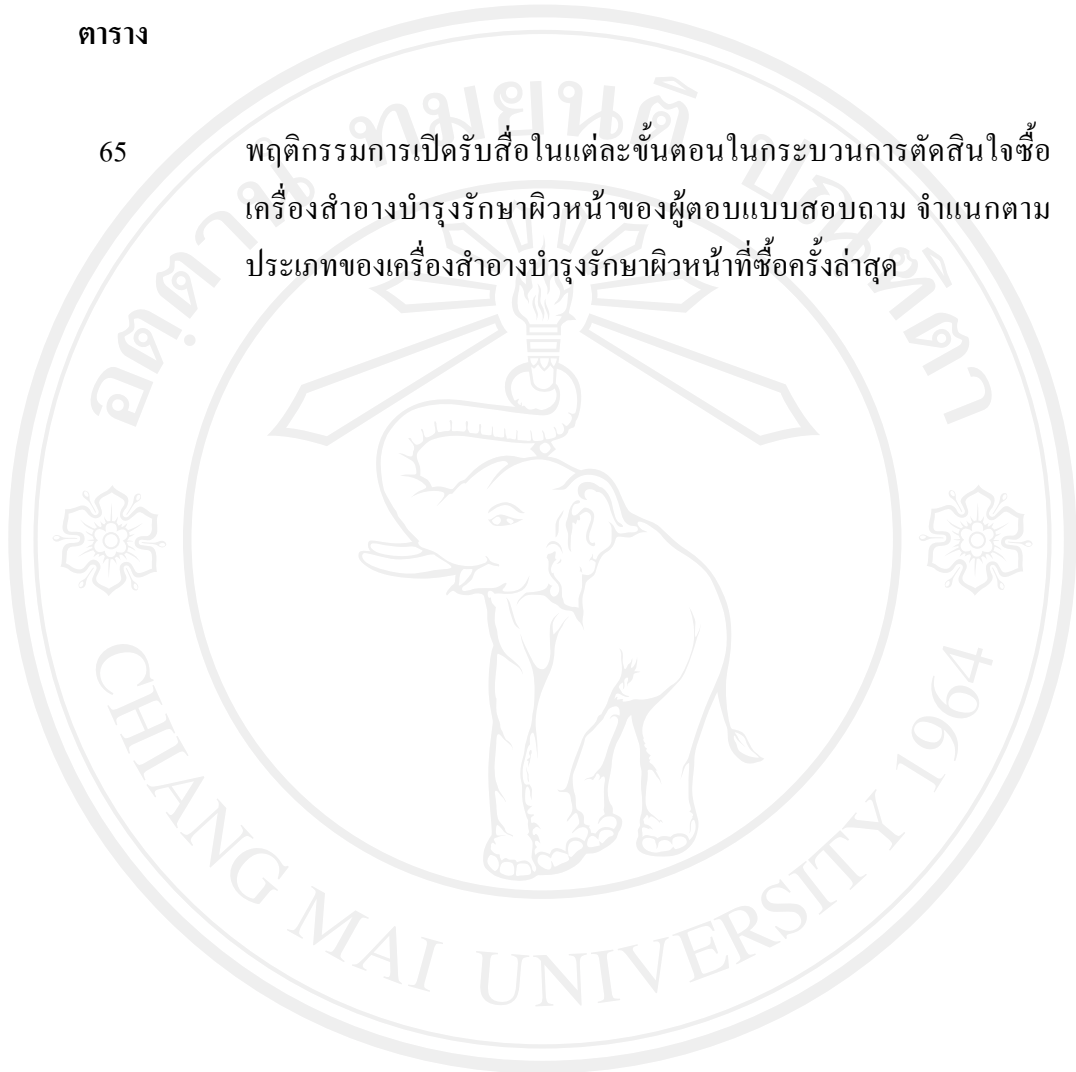
ตาราง		หน้า
52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในครั้งแรก และประเภทของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	109
53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลข่าวสาร จากการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าในครั้งแรก และประเภทของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	113
54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมหลังจากที่รับข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้า และประเภทของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	117
55	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลข่าวสาร ที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อ เครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้า และประเภทของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	120
56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ได้ตัดสินใจซื้อ และประเภทของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	124
57	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ได้ตัดสินใจซื้อ และประเภทของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	126

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลข่าวสาร ที่ต้องการเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ได้ตัดสินใจซื้อและใช้แล้ว กับเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าตรายี่ห้ออื่นที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกัน และประเภทของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	129
59	สื่อที่เลือกเปิดรับมากที่สุด จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	135
60	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และประเภทของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	136
61	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	138
62	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	142
63	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้า ที่ซื้อครั้งล่าสุด	143
64	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามราคาของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	147

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
65	พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประเภทของเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	148



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved