

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
วิธีการศึกษา	13
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	15
ระยะเวลาในการศึกษา	15
บทที่ 4 ผลการศึกษา	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสื่อ นิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคใน อำเภอเมืองเชียงใหม่	19
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสื่อ นิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคใน อำเภอเมืองเชียงใหม่	25
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ นิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	31
ส่วนที่ 5 พฤติกรรม的开รับสื่อ นิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	36

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการซื้อสินค้าสารบันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	112
ส่วนที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสารบันเทิง ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	195
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	227
สรุปผลการศึกษา	227
อภิปรายผล	261
ข้อค้นพบ	264
ข้อเสนอแนะ	266
บรรณานุกรม	269
ภาคผนวก	271
แบบสอบถาม	272
ประวัติผู้เขียน	278

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	17
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	18
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	19
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนิตยสารบ้านเทিংที่เปิดรับภายใน 1 เดือน	20
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับสู่อินิตยสารบ้านเทিং	20
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสู่อินิตยสารบ้านเทিংต่อครั้ง	21
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสู่อินิตยสารบ้านเทিং 1 เล่ม	21
10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสู่อินิตยสารบ้านเทিং	22
11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เปิดรับสู่อินิตยสารบ้านเทিং	22
12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสู่อินิตยสารบ้านเทিং	23
13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคอลัมน์ในสู่อินิตยสารบ้านเทিংที่มีการเปิดรับ	23
14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคอลัมน์ในสู่อินิตยสารบ้านเทিংที่ได้รับความชื่นชอบมากที่สุด	24
15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสารบ้านเทিংที่เลขซื้อ	25
16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสารบ้านเทিংที่ซื้อบ่อยที่สุด	26

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อนิตยสาร บ้านเทิง	27
18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีผลกระทบต่อการ ตัดสินใจซื้อนิตยสารบ้านเทิง	27
19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาการออกจำหน่ายที่ มีการซื้อนิตยสารบ้านเทิง	28
20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนิตยสารบ้านเทิงที่ซื้อ ภายใน 1 เดือน	28
21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อนิตยสารบ้านเทิง	29
22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ นิตยสารบ้านเทิง	29
23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อ นิตยสารบ้านเทิง	30
24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสมัครเป็นสมาชิก นิตยสารบ้านเทิง	30
25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดการกับนิตยสาร บ้านเทิงหลังอ่านจบ	31
26 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารบ้านเทิง จำแนก ตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	32
27 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารบ้านเทิง จำแนก ตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	33
28 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารบ้านเทิง จำแนก ตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	34
29 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารบ้านเทิง จำแนก ตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	35
30 ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารบ้านเทิง จำแนกตามปัจจัยส่วน ประสมการตลาด	36

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
31 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ที่ทำการจัดกลุ่มใหม่	37
32 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ที่ทำการจัดกลุ่มใหม่	38
33 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ที่ทำการจัดกลุ่มใหม่	38
34 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ ที่ทำการจัดกลุ่มใหม่	39
35 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนิตยสารบ้านเทิงที่เปิดรับภายใน 1 เดือน และเพศ	40
36 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับสู่อินิตยสารบ้านเทิง และเพศ	41
37 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสู่อินิตยสารบ้านเทิงต่อครั้ง และเพศ	42
38 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสู่อินิตยสารบ้านเทิง 1 เล่ม และเพศ	43
39 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสู่อินิตยสารบ้านเทิง และเพศ	44
40 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เปิดรับสู่อินิตยสารบ้านเทิง และเพศ	45
41 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสู่อินิตยสารบ้านเทิง และเพศ	47
42 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคอลัมน์ในสู่อินิตยสารบ้านเทิงที่มีการเปิดรับ และเพศ	48
43 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคอลัมน์ในสู่อินิตยสารบ้านเทิงที่ได้รับความชื่นชอบมากที่สุด และเพศ	50
44 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนิตยสารบ้านเทิงที่เปิดรับภายใน 1 เดือน และอายุ	51
45 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับสู่อินิตยสารบ้านเทิง และอายุ	53

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
46 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อนิตยสารบ้านเทিংต่อครั้ง และอายุ	54
47 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อนิตยสารบ้านเทিং 1 เล่ม และอายุ	55
48 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อนิตยสารบ้านเทিং และอายุ	57
49 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เปิดรับสื่อนิตยสารบ้านเทিং และอายุ	58
50 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารบ้านเทিং และอายุ	59
51 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคอลัมน์ในสื่อนิตยสารบ้านเทিংที่มีการเปิดรับ และอายุ	61
52 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคอลัมน์ในสื่อนิตยสารบ้านเทিংที่ได้รับความชื่นชอบมากที่สุด และอายุ	63
53 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนิตยสารบ้านเทিংที่เปิดรับภายใน 1 เดือน และระดับการศึกษา	65
54 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับสื่อนิตยสารบ้านเทিং และระดับการศึกษา	66
55 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อนิตยสารบ้านเทিংต่อครั้ง และระดับการศึกษา	68
56 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อนิตยสารบ้านเทিং 1 เล่ม และระดับการศึกษา	69
57 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อนิตยสารบ้านเทিং และระดับการศึกษา	70
58 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เปิดรับสื่อนิตยสารบ้านเทিং และระดับการศึกษา	72

### สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
59 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ นิตยสารบันเทิง และระดับการศึกษา	74
60 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคอรัมน์ในสื่อนิตยสาร บันเทิงที่มีการเปิดรับ และระดับการศึกษา	76
61 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคอรัมน์ในสื่อนิตยสาร บันเทิงที่ได้รับความชื่นชอบมากที่สุด และระดับการศึกษา	78
62 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนิตยสารบันเทิงที่ เปิดรับภายใน 1 เดือน และอาชีพ	80
63 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับสื่อ นิตยสารบันเทิง และอาชีพ	82
64 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ นิตยสารบันเทิงต่อครั้ง และอาชีพ	84
65 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ นิตยสารบันเทิง 1 เล่ม และอาชีพ	85
66 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ นิตยสารบันเทิง และอาชีพ	87
67 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เปิดรับสื่อนิตยสาร บันเทิง และอาชีพ	89
68 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ นิตยสารบันเทิง และอาชีพ	91
69 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคอรัมน์ในสื่อนิตยสาร บันเทิงที่มีการเปิดรับ และอาชีพ	92
70 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคอรัมน์ในสื่อนิตยสาร บันเทิงที่ได้รับความชื่นชอบมากที่สุด และอาชีพ	95
71 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนิตยสารบันเทิงที่ เปิดรับภายใน 1 เดือน และรายได้	97



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
72 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับสื่อ นิตยสารบันเทิง และรายได้	99
73 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ นิตยสารบันเทิงต่อครั้ง และรายได้	100
74 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ นิตยสารบันเทิง 1 เล่ม และรายได้	102
75 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ นิตยสารบันเทิง และรายได้	103
76 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เปิดรับสื่อ นิตยสาร บันเทิง และรายได้	105
77 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ นิตยสารบันเทิง และรายได้	107
78 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคอรั้มนี้ในสื่อ นิตยสาร บันเทิงที่มีการเปิดรับ และรายได้	108
79 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคอรั้มนี้ในสื่อ นิตยสาร บันเทิงที่ได้รับความชื่นชอบมากที่สุด และรายได้	111
80 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสารบันเทิงที่เคยซื้อ และเพศ	113
81 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสารบันเทิงที่ซื้อบ่อย ที่สุด และเพศ	115
82 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อ นิตยสาร บันเทิง และเพศ	117
83 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีผลกระทบต่อ ตัดสินใจซื้อ นิตยสารบันเทิง และเพศ	118
84 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาการออกจำหน่ายที่ มีการซื้อ นิตยสารบันเทิง และเพศ	119



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
85 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนิตยสารบ้านเทิงที่ซื้อภายใน 1 เดือน และเพศ	120
86 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อนิตยสารบ้านเทิง และเพศ	121
87 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อนิตยสารบ้านเทิง และเพศ	122
88 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อนิตยสารบ้านเทิง และเพศ	123
89 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสมัครเป็นสมาชิกนิตยสารบ้านเทิง และเพศ	124
90 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดการกับนิตยสารบ้านเทิงหลังอ่านจบ และเพศ	125
91 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสารบ้านเทิงที่เคยซื้อ และอายุ	126
92 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสารบ้านเทิงที่ซื้อบ่อยที่สุด และอายุ	128
93 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อนิตยสารบ้านเทิง และอายุ	130
94 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารบ้านเทิง และอายุ	131
95 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาการออกจำหน่ายที่มีการซื้อนิตยสารบ้านเทิง และอายุ	132
96 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนิตยสารบ้านเทิงที่ซื้อภายใน 1 เดือน และอายุ	134
97 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อนิตยสารบ้านเทิง และอายุ	135

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
98 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ นิตยสารบันเทิง และอายุ	136
99 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อ นิตยสารบันเทิง และอายุ	137
100 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสมัครเป็นสมาชิก นิตยสารบันเทิง และอายุ	138
101 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดการกับนิตยสาร บันเทิงหลังอ่านจบ และอายุ	139
102 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสารบันเทิงที่เคยซื้อ และระดับการศึกษา	140
103 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสารบันเทิงที่ซื้อบ่อย ที่สุด และระดับการศึกษา	143
104 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อนิตยสาร บันเทิง และระดับการศึกษา	145
105 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีผลกระทบต่อ ตัดสินใจซื้อนิตยสารบันเทิง และระดับการศึกษา	146
106 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาการออกจำหน่ายที่ มีการซื้อนิตยสารบันเทิง และระดับการศึกษา	148
107 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนิตยสารบันเทิงที่ซื้อ ภายใน 1 เดือน และระดับการศึกษา	149
108 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อนิตยสารบันเทิง และระดับการศึกษา	151
109 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ นิตยสารบันเทิง และระดับการศึกษา	152
110 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อ นิตยสารบันเทิง และระดับการศึกษา	153

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
111 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสมัครเป็นสมาชิก นิตยสารบันเทิง และระดับการศึกษา	154
112 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดการกับนิตยสาร บันเทิงหลังอ่านจบ และระดับการศึกษา	155
113 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสารบันเทิงที่เคยซื้อ และอาชีพ	157
114 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสารบันเทิงที่ซื้อบ่อย ที่สุด และอาชีพ	160
115 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อนิตยสาร บันเทิง และอาชีพ	162
116 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีผลกระทบต่อ ตัดสินใจซื้อนิตยสารบันเทิง และอาชีพ	164
117 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาการออกจำหน่ายที่ มีการซื้อนิตยสารบันเทิง และอาชีพ	166
118 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนิตยสารบันเทิงที่ซื้อ ภายใน 1 เดือน และอาชีพ	168
119 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อนิตยสารบันเทิง และอาชีพ	169
120 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ นิตยสารบันเทิง และอาชีพ	171
121 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อ นิตยสารบันเทิง และอาชีพ	172
122 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสมัครเป็นสมาชิก นิตยสารบันเทิง และอาชีพ	174
123 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดการกับนิตยสาร บันเทิงหลังอ่านจบ และอาชีพ	175

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
124 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสารบันเทิงที่เคยซื้อและรายได้	177
125 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสารบันเทิงที่ซื้อบ่อยที่สุด และรายได้	180
126 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อนิตยสารบันเทิง และรายได้	182
127 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารบันเทิง และรายได้	184
128 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาการออกจำหน่ายที่มีการซื้อนิตยสารบันเทิง และรายได้	185
129 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนิตยสารบันเทิงที่ซื้อภายใน 1 เดือน และรายได้	187
130 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อนิตยสารบันเทิง และรายได้	188
131 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อนิตยสารบันเทิง และรายได้	190
132 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อนิตยสารบันเทิง และรายได้	191
133 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสมัครเป็นสมาชิกนิตยสารบันเทิง และรายได้	193
134 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดการกับนิตยสารบันเทิงหลังอ่านจบ และรายได้	194
135 ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารบันเทิง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และเพศ	196
136 ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารบันเทิง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา และเพศ	198



สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
150 ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง จำแนกตามปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และอาชีพ	218
151 ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง จำแนกตามปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และรายได้	220
152 ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง จำแนกตามปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านราคา และรายได้	222
153 ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง จำแนกตามปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย และรายได้	223
154 ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง จำแนกตามปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และรายได้	225
155 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อธนาคารบ้านเทิง	228
156 พฤติกรรมการซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง	229
157 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง	231
158 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง ที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด 10 อันดับแรก	232
159 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อธนาคารบ้านเทิง จำแนกตามเพศ	233
160 พฤติกรรมการซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง จำแนกตามเพศ	234
161 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง จำแนกตาม เพศ	236
162 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อธนาคารบ้านเทิง จำแนกตามอายุ	237
163 พฤติกรรมการซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง จำแนกตามอายุ	239
164 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง จำแนกตาม อายุ	241
165 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อธนาคารบ้านเทิง จำแนกตามระดับการศึกษา	243
166 พฤติกรรมการซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง จำแนกตามระดับการศึกษา	245
167 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธนาคารบ้านเทิง จำแนกตาม ระดับการศึกษา	247

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
168 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุสารบันเทิง จำแนกตามอาชีพ	249
169 พฤติกรรมการซื้อวิทยุสารบันเทิง จำแนกตามอาชีพ	251
170 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวิทยุสารบันเทิง จำแนกตามอาชีพ	253
171 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุสารบันเทิง จำแนกตามรายได้	255
172 พฤติกรรมการซื้อวิทยุสารบันเทิง จำแนกตามรายได้	257
173 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวิทยุสารบันเทิง จำแนกตามรายได้	259