

สารบัญ

	หน้า	
กิตติกรรมประกาศ	ก	
บทคัดย่อภาษาไทย	ง	
ABSTRACT	จ	
สารบัญตาราง	ช	
สารบัญภาพ	ณ	
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 หลักการและเหตุผล	1
	1.2 วัตถุประสงค์	8
	1.3 ขอบเขตในการศึกษา	8
	1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
	1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	9
บทที่ 2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
	2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นเรือนร่าง	10
	2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลทางด้านสื่อ	33
	2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	50
บทที่ 3	วิธีดำเนินการศึกษา	55
	3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	55
	3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	55
	3.3 เครื่องมือในการศึกษา	56
	3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	57
บทที่ 4	ผลการศึกษา	58

4.1	การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม	58
4.2	การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์	66
บทที่ 5	สรุปอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	84
5.1	สรุปผลการศึกษา	84
5.2	อภิปรายผล	86
5.3	ข้อเสนอแนะ	87
เอกสารอ้างอิง		88
ภาคผนวก		91
	ภาคผนวก ก นิทรรศการจัดแสดงผลงาน There are so MANY REASONS to be...	92
	ภาคผนวก ข หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อการค้นคว้าอิสระ	101
	ภาคผนวก ค แบบสอบถามและหัวข้อในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย	103
ประวัติผู้เขียน		111

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	58
ตารางที่ 4.2	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคณะที่กำลังศึกษา	59
ตารางที่ 4.3	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของกลุ่มเป้าหมายต่อเดือน	60
ตารางที่ 4.4	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิว	60
ตารางที่ 4.5	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิว	60
ตารางที่ 4.6	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายการจ่ายการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิว	61
ตารางที่ 4.7	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทเครื่องสำอางบำรุงผิว	62
ตารางที่ 4.8	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่การซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิว	63
ตารางที่ 4.9	ประเภทของสื่อที่กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมในการเปิดรับในด้านข้อมูลข่าวสาร	64
ตารางที่ 4.10	ประเภทของสื่อที่ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจต่อความคิดในการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิว	65
ตารางที่ 4.11	การประเมินพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายถึงสาเหตุของสื่อในตารางที่ 4.10 ที่มีผลกระทบต่อความคิดของท่านมากที่สุด	65
ตารางที่ 4.12	ของสื่อในตารางที่ 4.10 ที่มีผลกระทบต่อความคิดของท่านมากที่สุด	66
ตารางที่ 4.13	ข้อมูลด้านความสนใจจากสื่อของกลุ่มตัวอย่าง	75

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	องค์ประกอบ โดยสรุปที่ส่งผลต่อความเป็นผิวขาว	3
ภาพที่ 1.2	องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนแนวคิดด้านลักษณะทางสรีระ	5
ภาพที่ 1.3	สื่อโฆษณาแต่ละประเภท	7
ภาพที่ 2.1	แบบจำลองการสื่อสารสองทางของเบอร์โล (David K. Berlo)	38
ภาพที่ 2.2	ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคจากการรับสื่อด้านโฆษณา	45
ภาพที่ 2.3	อิทธิพลของสื่อที่สอดคล้องต่อสภาวะทางสังคมที่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนทัศนคติในด้านความรู้ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้บริโภค	50
ภาพที่ 2.4	กรอบแนวคิดในการศึกษา	53

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved