

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	5
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	6
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	10
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	10
การเก็บรวบรวมข้อมูล	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้	11
ระยะเวลาของการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15

	หน้า
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	18
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา	59
ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา	101
บทที่ 5 การสรุปผล การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	105
อภิปรายผลการศึกษา	118
ข้อเสนอแนะ	121
บรรณานุกรม	124
ภาคผนวก	125
ประวัติผู้เขียน	131

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	15
2	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	15
3	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	16
4	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพหลัก	16
5	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามระดับรายได้	17
6	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามยี่ห้อของผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา	18
7	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา	19
8	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา	19
9	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา	20
10	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามคนในครอบครัวหรือคนใกล้ชิดบริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามคนในครอบครัวหรือคนใกล้ชิดบริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามคนในครอบครัวหรือคนใกล้ชิดบริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามคนในครอบครัวหรือคนใกล้ชิดบริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามคนในครอบครัวหรือคนใกล้ชิดบริโภครวมตัวอย่าง	20
11	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา	21
12	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา	21
13	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการรับประทานผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา	22
14	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาในแต่ละครั้ง	22

ตาราง	หน้า
15	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาต่อครั้ง 23
16	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา 23
17	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามราคาของผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา 24
18	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา 25
19	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามการกระทำหากไม่สามารถซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา 26
20	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภครวมตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นว่าจะแนะนำบุคคลอื่นให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา 26
21	แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อของผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภครวมตัวอย่างซื้อจำแนกตามเพศ 27
22	แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อของผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภครวมตัวอย่างซื้อจำแนกตามอายุ 28
23	แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อของผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภครวมตัวอย่างซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา 30
24	แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อของผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภครวม ตัวอย่างซื้อจำแนกตามอาชีพหลัก 31
25	แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อของผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภครวมตัวอย่างซื้อจำแนกตามรายได้ 33
26	แสดงจำนวน และร้อยละของรูปแบบของผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภครวมตัวอย่างซื้อเป็นประจำ จำแนกตามเพศ 34
27	แสดงจำนวน และร้อยละของรูปแบบผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภครวมตัวอย่างซื้อเป็นประจำ จำแนกตามอายุ 35
28	แสดงจำนวน และร้อยละของรูปแบบผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภครวมตัวอย่างซื้อเป็นประจำ จำแนกตามระดับการศึกษา 36

ตาราง	หน้า
29 แสดงจำนวน และร้อยละของรูปแบบผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภคร่วมตัวอย่างซื้อเป็นประจำ จำแนกตามอาชีพหลัก	37
30 แสดงจำนวน และร้อยละของรูปแบบผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภคร่วมตัวอย่างซื้อเป็นประจำ จำแนกตามรายได้	38
31 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลสำคัญในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา จำแนกตามเพศ	39
32 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลสำคัญในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา จำแนกตามอายุ	40
33 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลสำคัญในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา จำแนกตามระดับการศึกษา	41
34 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลสำคัญในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา จำแนกตามอาชีพหลัก	42
35 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลสำคัญในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา จำแนกตามรายได้	44
36 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา ของผู้บริโภคร่วมตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	45
37 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา ของผู้บริโภคร่วมตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	46
38 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา ของผู้บริโภคร่วมตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	47
39 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา ของผู้บริโภคร่วมตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพหลัก	48
40 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา ของผู้บริโภคร่วมตัวอย่าง จำแนกตามรายได้	49
41 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภคร่วมตัวอย่างซื้อ จำแนกตามเพศ	50
42 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภคร่วมตัวอย่างซื้อ จำแนกตามอายุ	51

ตาราง	หน้า
43 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์ จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภครวมตัวอย่างซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา	53
44 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์ จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภครวมตัวอย่างซื้อ จำแนกตามอาชีพหลัก	55
45 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์ จากอัลฟัลฟาที่ผู้บริโภครวมตัวอย่างซื้อ จำแนกตามรายได้	57
46 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	59
47 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	60
48 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	61
49 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	62
50 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	63
51 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	64
52 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	65
53 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	67

ตาราง	หน้า
54	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนก ตามอาชีพหลัก 69
55	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ 71
56	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ 73
57	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ 74
58	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา 76
59	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพหลัก 77
60	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ 79
61	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อ พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ 80
62	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อ พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ 81

ตาราง	หน้า	
63	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟาลาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	83
64	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟาลาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพหลัก	85
65	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟาลาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้	87
66	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟาลาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	89
67	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟาลาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	91
68	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟาลาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	94
69	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟาลาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพหลัก	96
70	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟาลาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้	99
71	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับปัญหาต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดที่พบในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟาลาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่	101



ตาราง	หน้า
72 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับปัญหาต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์ จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	102
73 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาตรฐาน และแปลผลระดับปัญหา ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ที่พบในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์ จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	103
74 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับปัญหาต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายที่พบในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์ จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	103
75 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับปัญหาต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดที่พบในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์ จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	104

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved