

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| กิตติกรรมประกาศ | ค |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ฉ |
| สารบัญตาราง | ญ |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา | 3 |
| 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา | 3 |
| 1.4 นิยามศัพท์ | 3 |
| บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด เอกสารและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | |
| 2.1 แนวคิดและทฤษฎี | 4 |
| 2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 11 |
| บทที่ 3 ระเบียบและวิธีการศึกษา | |
| 3.1 ขอบเขตการศึกษา | 13 |
| 3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล | 14 |
| 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา | 14 |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล | 15 |
| 3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล | 16 |
| 3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ | 16 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| บทที่ 4 ผลการศึกษา | |
| 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | 17 |
| 4.2 ความถี่ในการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ | 29 |
| 4.3 สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ | 35 |
| 4.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ของ ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 38 |
| 4.5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ของ ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ | 76 |
| 4.6 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อ รถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตาม เพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของรถยนต์ใหม่ และ ระดับราคาของ รถยนต์ใหม่ | 84 |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ | |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา | 165 |
| 5.2 อภิปรายผล | 190 |
| 5.3 ข้อค้นพบ | 192 |
| 5.4 ข้อเสนอแนะ | 197 |
| บรรณานุกรม | 202 |
| ภาคผนวก | 204 |
| ประวัติผู้เขียน | 215 |

สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 1 แสดงคุณลักษณะของสื่อหลัก | 7 |
| 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ | 18 |
| 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ | 18 |
| 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส | 19 |
| 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด | 19 |
| 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ | 20 |
| 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน | 20 |
| 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทของรถยนต์ใหม่ ที่ซื้อ | 21 |
| 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อ รถยนต์ใหม่ | 21 |
| 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์ ใหม่ที่เคยซื้อ | 22 |
| 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มของรถยนต์ ใหม่ที่ซื้อคันล่าสุด | 22 |
| 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อรถยนต์ใหม่ ที่ซื้อคันล่าสุด | 23 |
| 13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับราคาของ รถยนต์ใหม่ที่ซื้อคันล่าสุด | 24 |
| 14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการซื้อรถยนต์ ใหม่ | 25 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับราคาค่าเงิน คาวนซ์ของรถยนต์ใหม่ที่ซื้อคันล่าสุด | 25 |
| 16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับราคาค่าเงิน ผ่อนรายเดือนของรถยนต์ใหม่ที่ซื้อคันล่าสุด | 26 |
| 17 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการ ผ่อนรายเดือนของรถยนต์ใหม่ที่ซื้อคันล่าสุด | 27 |
| 18 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับอัตรา ดอกเบี้ยของรถยนต์ใหม่ที่ซื้อคันล่าสุด | 27 |
| 19 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ใน การซื้อรถยนต์ใหม่คันล่าสุด | 28 |
| 20 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการรับ ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ | 29 |
| 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปรผล และอันดับของสื่อที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม | 35 |
| 22 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามเพศ | 38 |
| 23 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้ ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ | 42 |
| 24 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ | 48 |
| 25 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด | 54 |
| 26 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ | 60 |
| 27 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 70 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|--|------|
| 28 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรก | 76 |
| 29 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรก | 77 |
| 30 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ | 78 |
| 31 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ | 79 |
| 32 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อรถยนต์ใหม่ | 80 |
| 33 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจเลือกซื้อ | 81 |
| 34 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจซื้อ | 82 |
| 35 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจซื้อ กับรถยนต์ใหม่ยี่ห้ออื่น | 83 |
| 36 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรกกับเพศ | 84 |
| 37 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรกกับเพศ | 87 |
| 38 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรกกับเพศ | 89 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 39 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่กับเพศ | 91 |
| 40 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักที่ทำให้ต้องการซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามกับเพศ | 93 |
| 41 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจซื้อกับเพศ | 95 |
| 42 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจเลือกซื้อกับเพศ | 96 |
| 43 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจซื้อกับรถยนต์ใหม่อื่นๆกับเพศ | 98 |
| 44 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรกกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 100 |
| 45 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรกกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 103 |
| 46 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรกกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 105 |
| 47 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 108 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|--|------|
| 48 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักที่ทำให้ต้องการซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 110 |
| 49 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจซื้อกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 113 |
| 50 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจเลือกซื้อกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 114 |
| 51 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจซื้อกับรถยนต์ใหม่อื่นๆกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 117 |
| 52 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรกกับประเภทของรถยนต์ใหม่ | 120 |
| 53 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรกกับประเภทของรถยนต์ใหม่ | 123 |
| 54 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรกกับประเภทของรถยนต์ใหม่ | 126 |
| 55 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่ได้รับข่าวสาร ในครั้งแรกที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่กับประเภทของรถยนต์ใหม่ | 129 |
| 56 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักที่ทำให้ต้องการซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามกับประเภทของรถยนต์ใหม่ | 132 |
| 57 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจซื้อกับประเภทของรถยนต์ใหม่ | 135 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 58 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจเลือกซื้อกับประเภทของรถยนต์ใหม่ | 137 |
| 59 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจซื้อกับรถยนต์ใหม่ยี่ห้ออื่นกับประเภทของรถยนต์ใหม่ | 140 |
| 60 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรกกับระดับราคาของรถยนต์ใหม่ | 143 |
| 61 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรกกับระดับราคาของรถยนต์ใหม่ | 146 |
| 62 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ในครั้งแรกกับระดับราคาของรถยนต์ใหม่ | 149 |
| 63 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่ได้รับข่าวสารในครั้งแรกที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อรถยนต์ใหม่กับระดับราคาของรถยนต์ใหม่ | 152 |
| 64 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักที่ทำให้ต้องการซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับราคาของรถยนต์ใหม่ | 155 |
| 65 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจซื้อกับระดับราคาของรถยนต์ใหม่ | 158 |
| 66 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบรถยนต์ใหม่ที่ได้ตัดสินใจซื้อกับระดับราคาของรถยนต์ใหม่ | 159 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 67 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ใหม่ที่ตัดสินใจซื้อแล้วกับรถยนต์ใหม่ยี่ห้ออื่นกับระดับราคาของรถยนต์ใหม่ | 162 |
| 68 สื่อกึ่งเลือกเปิดรับมากที่สุด จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ | 166 |
| 69 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไป และความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 167 |
| 70 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปและผลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 169 |
| 71 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ | 170 |
| 72 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ที่มีค่าสูงสุดเป็นอันดับแรก | 172 |
| 73 สื่อกึ่งเลือกเปิดรับ และข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 173 |
| 74 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่มีค่าสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามเพศ | 175 |
| 75 สื่อกึ่งเลือกเปิดรับ และข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 176 |
| 76 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่มีค่าสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 179 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|-------|------|
| 77 | 180 |
| 78 | 186 |
| 79 | 187 |
| 80 | 189 |