

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
<b>บทที่ 3 ระเบียบ และวิธีการศึกษา</b>	
ขอบเขตการศึกษา	15
ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	15
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	17
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	17
การวิเคราะห์ข้อมูล	19
สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล	19
ระยะเวลาในการการศึกษา	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
ส่วนที่ 2 ความถี่ในการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	28
ส่วนที่ 3 สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภคใน อำเภอเมืองเชียงใหม่	34
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มี ผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชนิดกล้องถ่ายภาพดิจิทัลและราคากล้องถ่ายภาพดิจิทัล	37
ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ใน กระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	70
ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ใน กระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภคในจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ชนิดกล้องถ่ายภาพดิจิทัล และราคากล้องถ่ายภาพดิจิทัล	78
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	
สรุปผลการศึกษา	198
อภิปรายผลการศึกษา	227
ข้อค้นพบ	230
ข้อเสนอแนะ	235
<b>บรรณานุกรม</b>	243
<b>ภาคผนวก</b>	245
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	258

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงคุณลักษณะของสื่อหลัก (Properties of Major Media Types)	7
2	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	21
3	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	21
4	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส	22
5	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	22
6	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	23
7	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	23
8	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อล่าสุด	24
9	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อล่าสุด	24
10	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อล่าสุด	25
11	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	25
12	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลชิ้นล่าสุด	26
13	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ ในการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	28
14	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปรผล และอันดับของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
15	แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	37
16	แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส	43
18 แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	47
19 แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	51
20 แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	56
21 แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	61
22 แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคา	64
23 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรก	70
24 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรก	71
25 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก	72
26 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	73
27 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	74
28 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมาแล้ว	75
29 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมาแล้ว	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมาแล้ว	77
31 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรกกับเพศ	78
32 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งแรกกับเพศ	80
33 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกกับเพศ	81
34 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับเพศ	83
35 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับเพศ	84
36 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมากับเพศ	86
37 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมากับเพศ	87
38 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมากับเพศ	88
39 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรกกับอายุ	89
40 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรกกับอายุ	91
41 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกกับอายุ	92

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับอายุ	94
43 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับอายุ	95
44 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมากับอายุ	97
45 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมากับอายุ	97
46 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมากับอายุ	99
47 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรกกับระดับการศึกษาสูงสุด	100
48 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรกกับระดับการศึกษาสูงสุด	103
49 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่ได้รับข่าวสารในครั้งแรกกับระดับการศึกษาสูงสุด	105
50 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับระดับการศึกษาสูงสุด	107
51 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับระดับการศึกษาสูงสุด	110
52 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมากับระดับการศึกษาสูงสุด	113
53 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมากับระดับการศึกษาสูงสุด	114



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
54 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่เชื่อมกับระดับการศึกษาสูงสุด	116
55 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรกกับอาชีพ	119
56 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรกกับอาชีพ	122
57 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกกับอาชีพ	124
58 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับอาชีพ	127
59 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับอาชีพ	130
60 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่เชื่อมกับอาชีพ	133
61 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่เชื่อมกับอาชีพ	134
62 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่เชื่อมกับอาชีพ	137
63 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรกกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	140
64 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรกกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	143
65 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	145

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
66 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	148
67 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	151
68 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมากับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	154
69 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมากับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	155
70 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมากับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	158
71 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรกกับชนิดของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	161
72 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรกกับชนิดของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	163
73 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกกับชนิดของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	165
74 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับชนิดของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	167
75 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับชนิดของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	169
76 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่ซื้อมากับชนิดของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	171



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
77 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่เชื่อมกับชนิดของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	172
78 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่เชื่อมกับชนิดของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	174
79 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรกกับราคา	176
80 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในครั้งแรกกับราคา	179
81 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกกับราคา	182
82 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับราคา	184
83 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลกับราคา	188
84 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมกรหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่เชื่อมกับราคา	191
85 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่เชื่อมกับราคา	192
86 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่เชื่อมกับราคา	195
87 สื่อที่เลือกเปิดรับมากที่สุด จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	199

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
88	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไป และความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร ในการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชนิด กล้องถ่ายภาพดิจิทัล และราคากล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม	200
89	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไป และสื่อที่มีผลในการตัดสินใจ ซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชนิดกล้องถ่ายภาพ ดิจิทัล และราคากล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม	202
90	พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของ ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	204
91	สื่อที่เลือกเปิดรับและข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการ ตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนก ตามเพศ	206
92	สื่อที่เลือกเปิดรับ และข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการ ตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนก ตามอายุ	208
93	สื่อที่เลือกเปิดรับ และข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการ ตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนก ตามระดับการศึกษาสูงสุด	210
94	สื่อที่เลือกเปิดรับ และข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการ ตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่กับ อาชีพ	213
95	สื่อที่เลือกเปิดรับ และข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการ ตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	216

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
96	220
97	223

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved