

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
4.2	ระดับการเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า	40
4.3	ลำดับของสื่อที่ได้รับความสะดวกในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า	41
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า	42
4.5	ระดับผลกระทบของเนื้อหาข่าวสารที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า	43
4.6	ระดับผลกระทบของเนื้อหาข่าวสารด้านคุณสมบัติของสินค้าที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า	44
4.7	ระดับผลกระทบของเนื้อหาข่าวสารด้านความน่าเชื่อถือที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า	45
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผลของการเปิดรับข่าวสารต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า	46
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า	47
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามโอกาสที่ซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า	48
4.11	ระดับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้าภายในระยะเวลา 1 ปี	49
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อเครื่องสำอางแต่ละครั้ง	50
4.13	แสดงความแตกต่างระหว่างผู้หญิงที่มีอายุต่างกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า	51

4.14	แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้หญิงที่มีอายุต่างกันเป็นรายคู่ที่มีพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกันด้วยวิธี L.S.D.	52
4.15	แสดงความแตกต่างระหว่างผู้หญิงที่มีรายได้ต่างกันกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า	53
4.16	แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้หญิงที่มีรายได้ต่างกันเป็นรายคู่ที่มีพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกันด้วยวิธี L.S.D.	54
4.17	แสดงความแตกต่างระหว่างผู้หญิงที่มีการศึกษาต่างกันกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า	55
4.18	แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้หญิงที่มีการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่ที่มีพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกันด้วยวิธี L.S.D.	56
4.19	แสดงความแตกต่างระหว่างผู้หญิงที่มีอาชีพต่างกันกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า	57
4.20	แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้หญิงที่มีอาชีพต่างกันเป็นรายคู่ที่มีพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกันด้วยวิธี L.S.D.	58
4.21	แสดงความแตกต่างระหว่างผู้หญิงที่มีสถานภาพสมรสต่างกันกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า.....	59
4.22	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้หญิงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร	61
4.23	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับเครื่องสำอางแบบขายหน้าร้านกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร	62
5.1	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	70