

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	แสดงการให้คะแนนตามวิธีการสร้างมาตรฐานการประเมินค่าของลิเคิร์ต	21
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	88
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	88
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัว ต่อเดือน	89
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเห็นโฆษณา แป๊งบุนทาหน้า (แป๊งบอนเมตริก) ทางโทรทัศน์	90
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามยี่ห้อของแป๊งบุนทาหน้า (แป๊งบอนเมตริก) ที่เคยเห็นโฆษณาทางโทรทัศน์บ่อยครั้งที่สุด	91
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามยี่ห้อของแป๊งบุนทาหน้า (แป๊งบอนเมตริก) ที่เคยใช้ก่อนชมโฆษณาทางโทรทัศน์	92
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามยี่ห้อของแป๊งบุนทาหน้า (แป๊งบอนเมตริก) ที่ใช้บ่อยที่สุดก่อนชมโฆษณาแป๊งบุนทาหน้า (แป๊งบอนเมตริก) ทางโทรทัศน์	93
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้แป๊งบุน ทาหน้า (แป๊งบอนเมตริก) ก่อนชมโฆษณาแป๊งบุนทาหน้า (แป๊งบอนเมตริก) ทางโทรทัศน์	94
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ใช้แป๊งบุนทาหน้า (แป๊งบอนเมตริก) ก่อนชมโฆษณาแป๊งบุนทาหน้า (แป๊งบอนเมตริก) ทางโทรทัศน์..	95
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อแป๊งบุน ทาหน้า (แป๊งบอนเมตริก) ก่อนชมโฆษณาแป๊งบุนทาหน้า (แป๊งบอนเมตริก) ทางโทรทัศน์	96
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามงบประมาณในการซื้อ แป๊งบุนทาหน้า(แป๊งบอนเมตริก) แต่ละครั้งก่อนชมโฆษณาแป๊งบุนทาหน้า (แป๊งบอนเมตริก) ทางโทรทัศน์	97

4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ที่มีส่วนช่วยตัดสินใจในการซื้อแป้งผูกทานหน้าก่อนชมโฆษณาแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) ทางโทรทัศน์	98
4.13	แสดงระดับทัศนคติที่มีต่องานโฆษณาแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) ทางโทรทัศน์	99
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) หลังชมโฆษณาแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) ทางโทรทัศน์	101
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามองค์ประกอบที่ทำให้ตัดสินใจซื้อแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก)	102
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามองค์ประกอบที่ทำให้ตัดสินใจซื้อแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) มากที่สุด.....	103
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามยี่ห้อที่แป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) ที่ใช้บ่อยที่สุดหลังชมโฆษณาแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) ทางโทรทัศน์.....	104
4.18	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการเปลี่ยนไปซื้อแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) ยี่ห้ออื่นหลังชมโฆษณาแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) ทางโทรทัศน์.....	105
4.19	แสดงความแตกต่างระหว่างระดับอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากงานโฆษณาแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) ทางโทรทัศน์.....	106
4.20	แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากงานโฆษณาแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) ทางโทรทัศน์.....	107
4.21	แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ของครอบครัวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากงานโฆษณาแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) ทางโทรทัศน์	108
4.22	แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากงานโฆษณาแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) ทางโทรทัศน์กับทัศนคติที่มีต่องานโฆษณาแป้งผูกทานหน้า (แป้งคอสเมติก) ทางโทรทัศน์ของวัยรุ่น.....	109

4.23	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากงานโฆษณา แบ่งผู้แทนหน้า (แบ่งคอสเมติก) ทางโทรทัศน์กับพฤติกรรมกาบริโภค แบ่งผู้แทนหน้า (แบ่งคอสเมติก) ของวัยรุ่น.....	110
4.24	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่องานโฆษณาแบ่งผู้แทนหน้า (แบ่งคอสเมติก) ทางโทรทัศน์กับความถี่ในการซื้อแบ่งผู้แทนหน้า (แบ่งคอสเมติก) หลังชมโฆษณาทางโทรทัศน์.....	111

