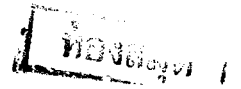


ชื่อเรื่อง	กระบวนการยอมรับของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการโฆษณาเครื่องสำอางทางนิตยสารผู้หญิง
ผู้จัดทำ	นางสาวไมตรี สุขะใหญ่
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.เทียน เสรวมัญญ์
วันที่อนุมัติผลงาน	พฤษภาคม 2552
จำนวนหน้า	73 หน้า



บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษากระบวนการยอมรับของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อการโฆษณาเครื่องสำอางทางนิตยสารผู้หญิง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับ ความสำคัญด้านองค์ประกอบของสิ่งโฆษณาเครื่องสำอางนิตยสารผู้หญิงต่อการพิจารณาซื้อ เครื่องสำอาง และศึกษากระบวนการยอมรับต่อการโฆษณาเครื่องสำอางนิตยสารผู้หญิงของ ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงพรรณนา เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นและ ใช้วิธีเก็บตัวอย่างแบบตามสะดวก จำนวน 250 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ ข้อมูล ทำการ Pre-Test ทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.886 แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ผลการศึกษา โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการ ทดสอบแบบ t-test

การศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับ ปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน/นักธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท ผล การศึกษาด้านระดับความสำคัญด้านองค์ประกอบของสิ่งโฆษณาเครื่องสำอางนิตยสารผู้หญิง พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านองค์ประกอบของสิ่งโฆษณาทางนิตยสารผู้หญิงต่อการพิจารณา ซื้อเครื่องสำอางในระดับมาก ได้แก่ ข้อความโฆษณา ภาพหัวเรื่องโฆษณา ภาพประกอบ ชื่อยี่ห้อ ผลิตภัณฑ์และโลโก้ผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาด้านกระบวนการยอมรับการโฆษณาเครื่องสำอางทางนิตยสารผู้หญิง พบว่า ขั้นตอนของการรู้จักโฆษณาเครื่องสำอางทางนิตยสารผู้หญิง ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักโฆษณาเครื่องสำอางทางนิตยสารผู้หญิงจากนิตยสาร CLEO และสามารถจดจำชื่อเครื่องสำอางที่โฆษณาทางนิตยสารผู้หญิงได้ ขั้นตอนของการสนใจโฆษณาเครื่องสำอางทางนิตยสารผู้หญิง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสนใจในรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง โดยสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากเพื่อนหรือคนรู้จักที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์มากที่สุด ขั้นตอนของการประเมินโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทางนิตยสารผู้หญิง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยพิจารณาเนื้อหาของ การโฆษณาในด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มากที่สุด ในส่วนของขั้นตอนของการ ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากการโฆษณาทางนิตยสารผู้หญิง พบว่า ผู้บริโภคเคยทดลองใช้ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง L'OREAL มากที่สุด มีระยะเวลาในการทดลองใช้มากกว่า 2 สัปดาห์ สำหรับผลที่ได้รับหลังจากการทดลองใช้เครื่องสำอาง ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าไม่ตรงกับข้อมูลที่ ได้รับจากการโฆษณาทางนิตยสารผู้หญิง ขั้นตอนของการยอมรับโฆษณาเครื่องสำอางทาง นิตยสารผู้หญิง พบว่า ผู้บริโภคถามส่วนใหญ่ยอมรับโฆษณาเครื่องสำอางผ่านทางนิตยสาร CLEO มากที่สุด สำหรับสาเหตุที่ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตามการโฆษณาทางนิตยสารผู้หญิง เป็นประจำเนื่องจากการได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากการโฆษณาเครื่องสำอางทาง นิตยสารผู้หญิง