

<b>สารบัญ</b>		<b>หน้า</b>
กิตติกรรมประกาศ	ค	
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ	
สารบัญตาราง	ญ	
สารบัญภาพ	ฎ	
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>		
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา		1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา		7
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ		7
1.4 ขอบเขตของการศึกษา		7
<b>บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม</b>		
2.1 ทฤษฎีอุปสงค์		
2.1.2 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค		12
2.1.3 ทฤษฎีสถานประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ		13
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		16
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>		
3.1 กรอบแนวคิด		19
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง		21
3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา		23
3.4 วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล		25

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ แบล็คเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่น	27
4.2 พฤติกรรมของลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ แบล็คเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่น	35
4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่น	45
4.4 ข้อเสนอแนะของลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ แบล็คเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่น	55
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	56
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	58
5.3 ข้อจำกัดในการศึกษา	60
เอกสารอ้างอิง	61
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	64
ประวัติผู้เขียน	70

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
3.1 แสดงกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่	22
3.2 แสดงกลุ่มนักศึกษาจำนวนและร้อยละของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่	22
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่เลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่ กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นจำแนกตามเพศ	28
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่ กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นจำแนกตามอายุ	29
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่เลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่ กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นจำแนกตามกลุ่มคณะที่กำลังศึกษา	30
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่ กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นจำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา	31
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่ กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	32
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่ กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นจำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้ต่อเดือน	33
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่ กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นจำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง	34
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่ กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง	35
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อโทรศัพท์ในกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่	36
4.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่สำคัญในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่น	38
4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานกับ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่น	40
4.12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคาของ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่น	41

4.13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อกับโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสไลด์เบอริ์กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่น	43
4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นที่นิยมกับ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสไลด์เบอริ์กับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่น	44
4.15 แสดงลำดับความสำคัญของคะแนนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่	46
4.16 แสดงลำดับความสำคัญของคะแนนปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่	48
4.17 แสดงลำดับความสำคัญของคะแนนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่	49
4.18 แสดงลำดับความสำคัญของคะแนนปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่	51
4.19 แสดงลำดับความสำคัญของคะแนนปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่	53
4.20 แสดงลำดับความสำคัญของคะแนนปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่	54

สารบัญภาพ

รูป	หน้า	
1.1	แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ แบบ Smart Phone	4
2.1	แสดงสมการทฤษฎีอุปสงค์	9
2.2	แสดงขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ	12

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved