

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา	6
1.4 ขอบเขตการศึกษา	6
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)	7
2.1.2 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)	9
2.1.3 ทฤษฎีส່วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ (Marketing Mix)	10
2.1.4 การประเมินค่าแบบจำลองถดถอยที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรหุ่น	13
1) แบบจำลองโพรบิต (Probit Model)	13
2) แบบจำลองโลจิต (Logit Model)	18
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	23
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	23
3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	24

บทที่ 4 ผลการศึกษา

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้แท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ชนิดพกพาหรือผู้ที่สนใจจะซื้อแท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ชนิดพกพาในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 35
- 4.2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อแท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ชนิดพกพาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 38
- 4.3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ชนิดพกพา 39

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

- 5.1 สรุปผลการศึกษา 49
- 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 49
- 5.1.2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อแท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ชนิดพกพาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 50
- 5.1.3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ชนิดพกพา 50
- 5.2 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา 51
- 5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป 51

เอกสารอ้างอิง 52

ภาคผนวก 53

ภาคผนวก ก ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา 54

ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการศึกษาคั่นคว่ำแบบอิสระ 68

ประวัติผู้เขียน 72

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	35
4.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	36
4.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อสินค้าจำแนกตามระดับการศึกษา	36
4.4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	37
4.5 แบบจำลองโพรบิต	39
4.6 แบบจำลองมาร์จิ้นอลโพรบิต	41
4.7 แบบจำลองโลจิท	42
4.8 ผลวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองมาร์จิ้นอลโลจิท	43
4.9 Extreme Value	45
4.10 ค่า AIC BIC HQIC ของแบบจำลองทั้งสาม	46

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1 แสดงถึงขอดีจำหน่ายคอมพิวเตอร์แบบพกพาในสหรัฐอเมริกา	3
1.2 แสดงถึงขอดีจำหน่ายแท็บเล็ต	3
1.3 กราฟพยากรณ์เปรียบเทียบสัดส่วนสินค้าในตลาด Mobile PC	4
4.1 HP Pavilion tx2000 Convertible Tablet	32
4.2 Slate tablet by Apple and HP	32
4.3 Asus Eee Pad Transformer hybrid tablet	33
4.4 Trimble Yuma Rugged Tablet PC	33