

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ทฤษฎีอุปสงค์	7
2.2 พฤติกรรมของผู้บริโภค	8
2.3 กระบวนการของพฤติกรรม	9
2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	15
3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	15
3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	15
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	16
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	18
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคล	19
4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ โทรศัพท์มือถือ	24
4.3 พฤติกรรมการใช้บริการ โทรศัพท์มือถือ	54
4.4 หันคติของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์มือถือ	62
4.5 ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ โทรศัพท์มือถือ	66
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	70
5.1 สรุปผลการศึกษา	70
5.2 ข้อเสนอแนะ	76
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	78
ประวัติผู้ทำการศึกษา	84

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 ปริมาณการใช้ PIN PHONE 108	2
4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว	19
4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว	19
4.3 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว	20
4.4 การศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว	20
4.5 รายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว	21
4.6 เพศของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว	21
4.7 อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว	22
4.8 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว	23
4.9 การศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว	23
4.10 รายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว	24
4.11 การตัดสินใจซื้อบัตร โทรศัพท์รหัสส่วนตัวที่มีรูปภาพหลากหลาย	24
4.12 เลือกนารูปตนเองหรือครอบครัวพิมพ์ลงบนบัตรต่อการตัดสินใจซื้อ	25
4.13 การรับรู้ข่าวสารอัตราค่าใช้บริการ โทรทางไกลของบริการ โทรศัพท์ รหัสส่วนตัวลดลง	26
4.14 อัตราค่าใช้บริการลดลงมีผลต่อการใช้โทรศัพท์	27
4.15 อัตราค่าใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว	27
4.16 ความสะดวกในการใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัวกับเครื่องโทรศัพท์ สาธารณะชนิดหยอดเหรียญ	28
4.17 การเลือกใช้บริการเมื่อเทียบกับอัตราค่าบริการ	29
4.18 การโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัวมีผลต่อการตัดสินใจ	30
4.19 การโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว	30
4.20 สื่อที่ได้รับจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.21 ความคิดเห็นการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ของบริการโทรศัพท์ รหัสส่วนตัว	32
4.22 ความคิดเห็นควรแสดงสัญลักษณ์ที่ตู้โทรศัพท์ที่ใช้บริการโทรศัพท์ รหัสส่วนตัว	32
4.23 ความคิดเห็นการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัวเดิมเงินได้	33
4.24 ความคิดเห็นกรณีบัตรโทรศัพท์รหัสส่วนตัวสามารถใช้บริการโทรศัพท์ ราคาประหยัด	34
4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการตัดสินใจซื้อบัตรที่มีรูปภาพ	35
4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเลือกรูปตนเองหรือครอบครัวพิมพ์ ลงบนบัตร	36
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับอัตราค่าบริการลดลง	37
4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเลือกใช้บริการอื่นทดแทน	38
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับอิทธิพลของการโฆษณาประชาสัมพันธ์	40
4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจซื้อบัตรที่มีรูปภาพ	41
4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกรูปตนเองหรือครอบครัวพิมพ์ ลงบนบัตร	43
4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกใช้บริการอื่นทดแทน	44
4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์	45
4.34 ความสัมพันธ์ระหว่างการโฆษณาประชาสัมพันธ์ กับความถี่การใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว	47
4.35 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจซื้อบัตรที่มีรูปภาพ	48
4.36 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเลือกรูปภาพตนเองหรือครอบครัว พิมพ์ลงบนบัตร	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.37 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้บริการเมื่ออัตราค่าบริการลดลงกับอายุ	50
4.38 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเลือกใช้บริการอื่นทดแทน	51
4.39 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับอิทธิพลของการโฆษณาประชาสัมพันธ์	52
4.40 สถานที่ซื้อบัตรโทรศัพท์รหัสส่วนตัว	54
4.41 ราคาบัตรโทรศัพท์รหัสส่วนตัวที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด	55
4.42 สถานที่ที่ใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัวบ่อยที่สุด	56
4.43 ความถี่ในการใช้บัตรโทรศัพท์รหัสส่วนตัวต่อเดือน	57
4.44 ช่วงเวลาที่ใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัวบ่อยที่สุด	58
4.45 แสดงอัตราค่าบริการทางไกลโทรศัพท์สาธารณะ	58
4.46 ลักษณะของการใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว	59
4.47 จำนวนครั้งที่ครบห้วงบัตรโทรศัพท์รหัสส่วนตัวไม่ถูกต้อง	60
4.48 ประเภทของใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัวติดต่อกัน	61
4.49 การสะสมบัตรโทรศัพท์รหัสส่วนตัว	61
4.50 ลักษณะคำแนะนำวิธีการใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว	62
4.51 ความเข้าใจในการอ่านคำแนะนำวิธีการใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว	62
4.52 ความต้องการเพิ่มคำแนะนำวิธีการใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว	63
4.53 สถานที่จำหน่ายบัตรความสะดวกในการหาซื้อบัตรโทรศัพท์รหัสส่วนตัว	63
4.54 ความเห็นควรตามสถานที่หลากหลาย	64
4.55 ความเหมาะสมของระดับราคาจำหน่ายบัตรโทรศัพท์รหัสส่วนตัว	64
4.56 ลักษณะความนิยมที่บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว	65
4.57 ความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว	66
4.58 สาเหตุที่ไม่เลือกใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว	68