

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีและแนวคิด	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	11
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊กของนักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในจังหวัด เชียงใหม่	26
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊กของนักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊กของนักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	43
ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊กของนักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้	54
ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัญหาที่พบในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษา ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในจังหวัดเชียงใหม่	66
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	77
สรุปผลการศึกษา	77
อภิปรายผลการศึกษา	82
ข้อค้นพบ	83
ข้อเสนอแนะ	90
บรรณานุกรม	93
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	96
ประวัติผู้เขียน	105

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนนักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ในจังหวัด เชียงใหม่และกลุ่มตัวอย่างแยกตามสถาบันการศึกษา	10
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	15
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ ซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมาใช้งาน	15
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ใช้งาน	16
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของซีพียู ของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ใช้งาน	17
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ซื้อ	18
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ใช้งาน	19
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอุปกรณ์ต่อ พ่วงของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ใช้งาน	20
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการใช้ งานคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	21
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระ เงินซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ใช้งาน	22
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการ ส่งเสริมการขายที่ชอบ	22
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ ตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	23
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ ได้รับก่อนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	24

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อโฆษณา คอมพิวเตอร์เน็ตบุ๊กที่ได้รับมากที่สุด	25
17	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	26
18	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดราคา	30
19	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดช่องทางการจัดจำหน่าย	31
20	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	33
21	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	35
22	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามเพศ	38
23	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตาม เพศ	39
24	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	41
25	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	43
26	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามอายุ	47
27	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตาม อายุ	49

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
28	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	51
29	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	54
30	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามรายได้	59
31	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตาม รายได้	61
32	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม รายได้	63
33	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่ พบด้านผลิตภัณฑ์	66
34	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่ พบด้านราคา	70
35	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่ พบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	72
36	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่ พบด้านการส่งเสริมการตลาด	74
37	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ โดยรวมและปัญหาที่พบ โดยรวมในแต่ละ ด้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	85
38	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ ผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามเพศ	85

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
39	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามอายุ	39
40	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามรายได้	86
41	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก และปัญหาที่พบแต่ละรายการเรียงลำดับสูงสุดถึงต่ำสุด	87