สารบาญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบาญตาราง	ญ
สารบาญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มา และความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิด และทฤษฎี	4
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบ และวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตของการศึกษา	13
3.2 ข้อมูล และแหล่งข้อมูล	14
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	16
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	16
3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ	16

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 17

ส่วนที่ 2 ความถี่ในการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ 27

ส่วนที่ 3 สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 33

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษาสูงสุด 36

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 43

ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ 51

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา 115

5.2 อภิปรายผล 139

5.3 ข้อค้นพบ 141

5.4 ข้อเสนอแนะ 145

บรรณานุกรม 149

ภาคผนวก 152

ประวัติผู้เขียน 167

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงคุณลักษณะของสื่อหลัก	7
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
3	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
4	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส	19
5	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	19
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	20
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	20
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ ใช้งานอยู่	21
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ตัดสินใจซื้อ	21
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่	22
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่	23
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้ลักษณะการทำงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่	24
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ต้องการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่	25
14	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่	27

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลผล และอันดับของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
16	แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	36
17	แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	38
18	แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	41
19	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครั้งแรก	43
20	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครั้งแรก	44
21	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก	45
22	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่	46
23	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่	47
24	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในขณะนี้	48
25	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในขณะนี้	49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
26	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในขณะนี้	50
27	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม และอายุ	51
28	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครั้งแรก และอายุ	54
29	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครั้งแรก และอายุ	56
30	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก และอายุ	58
31	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอายุ	60
32	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอายุ	63
33	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในขณะนี้ และอายุ	65
34	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในขณะนี้ และอายุ	66
35	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในขณะนี้ และอายุ	68

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
36	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม และระดับการศึกษาสูงสุด	71
37	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครั้งแรก และระดับการศึกษาสูงสุด	74
38	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครั้งแรก และระดับการศึกษาสูงสุด	76
39	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก และระดับการศึกษาสูงสุด	78
40	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระดับการศึกษาสูงสุด	80
41	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระดับการศึกษาสูงสุด	82
42	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในขณะนี้ และระดับการศึกษาสูงสุด	84
43	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในขณะนี้ และระดับการศึกษาสูงสุด	85
44	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในขณะนี้ และระดับการศึกษาสูงสุด	87

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
45	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม และราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่	89
46	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครั้งแรก และราคาโทรศัพท์ เคลื่อนที่	92
47	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครั้งแรก และราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่	95
48	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก และราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่	98
49	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ และราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่	101
50	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ และราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่	104
51	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในขณะนี้ และราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่	107
52	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในขณะนี้ และราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่	109

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
53	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในขณะนี้ และราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่	112
54	สื่อที่เลือกเปิดรับ จำแนกตามความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่	116
55	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และประเภทของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่	117
56	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	118
57	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก	119
58	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และอายุ	120
59	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามอายุ	123
60	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และระดับการศึกษาสูงสุด	125
61	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	128
62	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่	129

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
63	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่	136

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญภาพ

รูป		หน้า
1	แผนภาพแสดง การสื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ที่มีอายุ 15 – 20 ปี จบการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี และตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ราคา 3,001 – 6,000 บาทในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ	143

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved