

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	4
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ทฤษฎีอุปสงค์	6
2.2 โมเดลของพฤติกรรมผู้บริโภค	9
2.3 ทฤษฎีส่วนผสมการตลาด	12
2.4 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	13
2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
2.6 กรอบแนวคิด	17
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	18
3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	18
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	23

4.2	ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	26
4.3	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์กับ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	46
4.4	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล จำแนกตามกลุ่มการมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งาน	66
4.5	ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้บริโภคคอมพิวเตอร์บุคคลจำแนกตาม กลุ่มการมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งาน	71
4.6	ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล จำแนกตามกลุ่มการมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งาน	73
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	74
5.2	ข้อเสนอแนะ	76
5.3	ข้อจำกัดในการศึกษา	77
เอกสารอ้างอิง		78
ภาคผนวก		
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม		81
ประวัติผู้เขียน		91

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงจำนวนและสถิติการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์จำแนกเป็นครัวเรือนในเขตจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2547 - 2548	3
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโรคจำแนกตามเพศ แยกตามกลุ่มอาชีพ	23
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโรคจำแนกตามอายุ แยกตามกลุ่มอาชีพ	24
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโรคจำแนกตามระดับการศึกษา แยกตามกลุ่มอาชีพ	25
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโรคจำแนกตามรายได้ แยกตามกลุ่มอาชีพ	25
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโรคจำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้งานแยกตามกลุ่มอาชีพ	26
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโรคจำแนกตามความถี่การใช้งาน แยกตามกลุ่มอาชีพ	27
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโรคจำแนกตามช่วงเวลาการใช้งาน แยกตามกลุ่มอาชีพ	28
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโรคจำแนกตามสถานที่ใช้งาน แยกตามกลุ่มอาชีพ	28
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโรคจำแนกตามการมีคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานหรือไม่แยกตามกลุ่มอาชีพ	29
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโรคจำแนกตามจำนวนคอมพิวเตอร์ที่มีและใช้งานอยู่แยกตามกลุ่มอาชีพ	30
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโรคจำแนกตามยี่ห้อของคอมพิวเตอร์ที่ซื้อแยกตามกลุ่มอาชีพ	31
4.1.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโรคจำแนกตามราคาของคอมพิวเตอร์ แยกตามกลุ่มอาชีพ	32

4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคจําแนกตามความเร็วของหน่วย ประมวลผลของคอมพิวเตอร์ที่ซื้อแยกตามกลุ่มอาชีพ	33
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคจําแนกตามสถานที่เลือกซื้อ คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลแยกตามกลุ่มอาชีพ	34
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคจําแนกตามการเลือกซื้อ คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลแยกตามกลุ่มอาชีพ	34
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจําแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจ เลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลแยกตามกลุ่มอาชีพ	35
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคจําแนกตามสื่อที่ให้ข้อมูล เกี่ยวกับเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่ผู้บริหาร โภคใช้งานอยู่แยกตามกลุ่มอาชีพ	36
4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคจําแนกตามเกณฑ์ในการ เลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลแยกตามกลุ่มอาชีพ	37
4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคจําแนกตามมูลเหตุจูงใจ หรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล แยกตามกลุ่มอาชีพ	38
4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคจําแนกตามลักษณะของ การเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลแยกตามกลุ่มอาชีพ	39
4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคจําแนกตามการคิดที่จะเปลี่ยน คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่ใช้งานอยู่แยกตามกลุ่มอาชีพ	40
4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคจําแนกตามเพศกับวัตถุประสงค์ ในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	41
4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคจําแนกตามอายุกับวัตถุประสงค์ ในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	42
4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคจําแนกตามระดับการศึกษากับ วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	43
4.25	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคจําแนกตามอาชีพกับวัตถุประสงค์ ในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	44
4.26	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคจําแนกตามรายได้กับ วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	45

4.42	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโภคจำแนกตามรายได้ กับวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	61
4.43	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโภคจำแนกตามรายได้ กับความถี่ในการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	62
4.44	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโภคจำแนกตามรายได้ กับช่วงเวลาในการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	63
4.45	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโภคจำแนกตามรายได้ กับสถานที่ใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	64
4.46	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโภคจำแนกตามรายได้ กับการมีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งาน	65
4.47	แสดงสรุปความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลกับ ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารโภค	65
4.48	แสดงคะแนนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโภคที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์จำแนกตามกลุ่มการมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งาน	67
4.49	แสดงคะแนนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโภคที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน ราคาจำแนกตามกลุ่มการมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งาน	68
4.50	แสดงคะแนนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโภคที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามกลุ่มการมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งาน	69
4.51	แสดงคะแนนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโภคที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน ส่งเสริมการตลาดจำแนกตามกลุ่มการมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งาน	70
4.52	แสดงคะแนนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโภคที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน ภายนอกอื่นๆจำแนกตามกลุ่มการมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งาน	71
4.53	แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารโภคจำแนกตามการมีคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งาน ที่ประสบปัญหาในด้านต่างๆ	72
4.54	แสดงคะแนนเฉลี่ยบริการที่ผู้บริหารโภคคอมพิวเตอร์จำแนกตามการมีคอมพิวเตอร์ ส่วนบุคคลไว้ใช้งานต้องการจากผู้ขาย	73

สารบัญภาพ

รูป

2.1 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อ

หน้า

10



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved