

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	9
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	9
1.4 ขอบเขตการศึกษา	9
1.5 นิยามศัพท์	10
<b>บทที่ 2 ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวคิด</b>	
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์	11
2.1.2 ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด	11
2.1.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการซื้อของผู้บริโภค จำแนกตามการตัดสินใจและการทุ่มเทความพยายามในการซื้อ	14
2.1.4 ทฤษฎีอรรถประโยชน์กับการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค	14
2.1.5 ทฤษฎีการประเมินค่าแบบจำลองถดถอยที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรหุ่น	15
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
2.3 กรอบแนวความคิด	26

บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1	ประชากร และตัวอย่าง	27
3.2	ข้อมูล และ การเก็บรวบรวมข้อมูล	27
3.3	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	28
บทที่ 4	ผลการศึกษา	
4.1	ปัจจัยที่เป็นลักษณะส่วนบุคคล	30
4.2	ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด	55
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	65
5.2	ข้อเสนอแนะ	68
เอกสารอ้างอิง		69
ภาคผนวก		
ภาคผนวก ก	ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิท	72
ภาคผนวก ข	ข้อมูลโดยทั่วไป โครงการปริญญาตรี -โทสองภาษา	76
ภาคผนวก ค	แบบสอบถาม	78
ภาคผนวก ง	Marginal Effect	81
ประวัติผู้เขียน		88

**สารบัญตาราง**

ตาราง	หน้า
1.1 ความเชื่อมโยงระหว่างแผนพัฒนาฉบับที่10 และแผนบริหารราชการแผ่นดิน	2
1.2 การเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากรของประเทศไทยและของจังหวัดเชียงใหม่	4
1.3 สถิติจำนวนนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ ปีการศึกษา 2548	6
1.4 สถิติจำนวนนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ ปีการศึกษา 2552	7
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	30
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถาบันการศึกษา	33
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสายการศึกษา	34
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผลการเรียน	37
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหลักสูตรสมัยมัธยมปลาย	38
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยของผู้ปกครอง	40
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามIncome/Cost Rate	45
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง	50
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการที่สำเร็จการศึกษาได้วุฒิปริญญาโท	55
4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเป็นสองภาษาของโครงการ	56
4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพอใจในระยะเวลาการศึกษา 5 ปี	57
4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพอใจในค่าธรรมเนียม	58
4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	59
4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกิจกรรมยามว่าง	60
4.15 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ โดยวิธี Maximum Likelihood Estimates	63
4.16 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ โดยวิธี Marginal Effect	64

## สารบัญภาพ

รูป	หน้า
2.1 รูปแบบของกระบวนการซื้อของผู้บริโภคทั้ง 4 แบบ	14
2.2 ตัวอย่าง law of diminishing marginal utility	15
2.3 แบบจำลองที่เป็นเส้นตรง	17
2.4 การกระจายแบบลอจิสติกส์และแบบปกติมาตรฐาน	18
2.5 ตัวแปรลาเทนท์ และโอกาสเกิดเหตุการณ์ Y	20