

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	๗
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวความคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
พฤติกรรมของผู้บริโภค	3
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ	9
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
นิยามศัพท์	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
วิธีการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
ระยะเวลาในการศึกษา	14

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	20
ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือก ใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	25
ส่วนที่ 4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการเกมส์คอมพิวเตอร์	53
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	55
สรุปผลการศึกษา	55
อภิปรายผลการศึกษา	61
ข้อค้นพบ	62
ข้อเสนอแนะ	63
ข้อจำกัดของการศึกษา	65
บรรณานุกรม	66
ภาคผนวก	67
ประวัติผู้เขียน	76

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	17
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	17
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส	18
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	18
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	19
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	19
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	20
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์เป็นส่วนใหญ่	20
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	21
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	21
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาต่อครั้งที่ใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	22
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ที่ใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	22
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์เฉลี่ย 1 เดือน	23
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่ชอบมากที่สุด	23
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเกมออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ	24

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	25
17	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	26
18	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	27
19	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	29
20	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	30
21	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	31
22	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	33
23	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ จำแนกตามเพศ	34
24	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการจำแนกตาม ระดับการศึกษา	35
25	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	37
26	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพ จำแนกตามเพศ	38
27	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา	39
28	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	41
29	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	42
30	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม ระดับการศึกษา	43
31	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	45
32	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ	46
33	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลจำแนก ตามระดับการศึกษา	47

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
34	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	49
35	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	50
36	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	51
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับ จากการใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์	53
38	สรุปค่าเฉลี่ยรวมของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้ บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์ของผู้ใช้บริการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	56

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่

หน้า

1	แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภครายง่าย หรือ S-R Theory	7
2	แสดงรายละเอียดพฤติกรรมผู้บริโภค	8
3	ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ	9

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved