

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ค	
บทคัดย่อภาษาไทย	ง	
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ	
สารบัญตาราง	ญ	
สารบัญภาพ	ฐ	
บทที่ 1 บทนำ		
หลักการและเหตุผล		1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา		2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา		3
นิยามศัพท์		3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค		4
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค		8
แนวคิดเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อ		10
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา		
ขอบเขตการศึกษา		17
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง		17
วิธีการศึกษา		18
ขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูล		18
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา		19
การวิเคราะห์ข้อมูล		19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	20
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
ส่วนที่ 2 การใช้ข้อมูลในกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์สยามโฟนคอตคอม เพื่อให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน	31
2.1 การรับรู้ถึงความต้องการ	31
2.2 การค้นหาข้อมูล	34
2.3 การประเมินทางเลือก	36
2.4 การตัดสินใจซื้อ	42
2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	44
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์สยามโฟน คอตคอมต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน	48
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	51
อภิปรายผล	55
ข้อค้นพบ	62
ข้อเสนอแนะ	63
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	68
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	69
ภาคผนวก ข ข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์สยามโฟนคอตคอม	78
ประวัติผู้เขียน	85

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	21
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	22
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	22
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	23
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	23
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเว็บไซต์เกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือที่รู้จักหรือเคยเข้าชม	24
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเป็นสมาชิกของเว็บไซต์สยามโฟนคอตคอม	25
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่รู้จักเว็บไซต์สยามโฟนคอตคอม	25
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการใช้งานเว็บไซต์สยามโฟนคอตคอม	26
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อโทรศัพท์มือถือที่ซื้อสมาร์ทโฟนที่ตัดสินใจซื้อภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา	27
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน	28
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนแต่ละครั้ง	29
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่หาข้อมูลเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า		
14		แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักรายละเอียดของโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนที่ต้องการซื้อ	31
15		แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ต้องการซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน	32
16		แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่หาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ หรือ กระดานสนทนาออนไลน์	33
17		แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลที่ค้นหาจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์สยามโฟนคอตคอม	34
18		แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการค้นหาข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์สยามโฟนคอตคอม	35
19		แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับคุณสมบัติต่างๆของโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนที่ต้องการซื้อ	36
20		แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์สยามโฟนคอตคอม	38
21		แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับผู้ให้ข้อมูล (ผู้ตอบกระทู้) ที่มีความน่าเชื่อถือ	40
22		แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับข้อมูลที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน	42
23.1		แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมภายหลังจากที่ได้ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน	44
23.2		แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมภายหลังการใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์สยามโฟนคอตคอมเพื่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการบอกต่อหรือแสดงความคิดเห็นในกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์สยามโฟนคอตคอมภายหลังการซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน	48

สารบัญภาพ

รูป	หน้า	
1	7	คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2		ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ

10

11

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved