

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(15)
บทที่ 1	
บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2	
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	9
ทฤษฎีปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	21
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ	24
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3	
วิธีดำเนินการวิจัย	31
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	31
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	31
วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	32
การวิเคราะห์ข้อมูล	33
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	33
บทที่ 4	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
สัญลักษณ์และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	37
เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย	37
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008	39
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการ โทรศัพท์ ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008	66
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 จำแนก ตามลักษณะประชากรศาสตร์	95
บทที่ 5	
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	117
วิธีดำเนินการวิจัย	117
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	117
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	118
การวิเคราะห์ข้อมูล	118
สรุปผลการวิจัย	119
อภิปรายผล	125

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้	129
ข้อเสนอแนะ	131
บรรณานุกรม	133
ภาคผนวก	135
แบบสอบถาม	137
ประวัติผู้วิจัย	141

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิต (lifestyle หรือ AIOs) และลักษณะด้านประชากรศาสตร์	15
2.2	แสดงคำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภค	17
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	39
4.2	จำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามเพศ	41
4.3	จำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุ	45
4.4	จำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามสถานภาพ	49
4.5	จำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา	53
4.6	จำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพ	57
4.7	จำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามเพศ	66
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุ	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามสถานภาพ	75
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามการศึกษา	80
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพ	85
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	90
4.14	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามเพศ	95
4.15	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุ	97
4.16	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามสถานภาพ	101
4.17	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ใช้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา	105

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.18	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ให้บริการจำแนกตามอาชีพ	109
4.19	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 และ 008 ของผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	112

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
2.1	รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	12
2.2	กระบวนการซื้อ 5 ขั้นตอน	20

