

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา	3
1.5 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)	5
2.2 โมเดลของพฤติกรรมผู้บริโภค	8
2.3 ส่วนประกอบทางการตลาดของ ฟิลิป คอทเลอร์	10
2.4 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	13
2.5 กระบวนการตัดสินใจซื้อของ Engle-Blackwell-Miniard Model	14
2.6 ทฤษฎีการประมาณค่าแบบจำลองถดถอยที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปร	16
2.7 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 การรวบรวมข้อมูล	25
3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	25

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไป	33
4.2 พฤติกรรมการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	38
4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	47
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	56
5.2 ข้อเสนอแนะ	57
เอกสารอ้างอิง	59
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิส	62
ภาคผนวก ข แบบสอบถามการวิจัย	67
ประวัติผู้เขียน	71

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	33
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ	34
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	35
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	36
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	37
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	38
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกซื้อห้อยกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	40
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	41
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	42
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	43
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	44
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	45
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของงบประมาณในการซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	46
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของการชำระเงินซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล	47
4.15 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Maximum Likelihood Estimates	53
4.16 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Marginal Effect	54

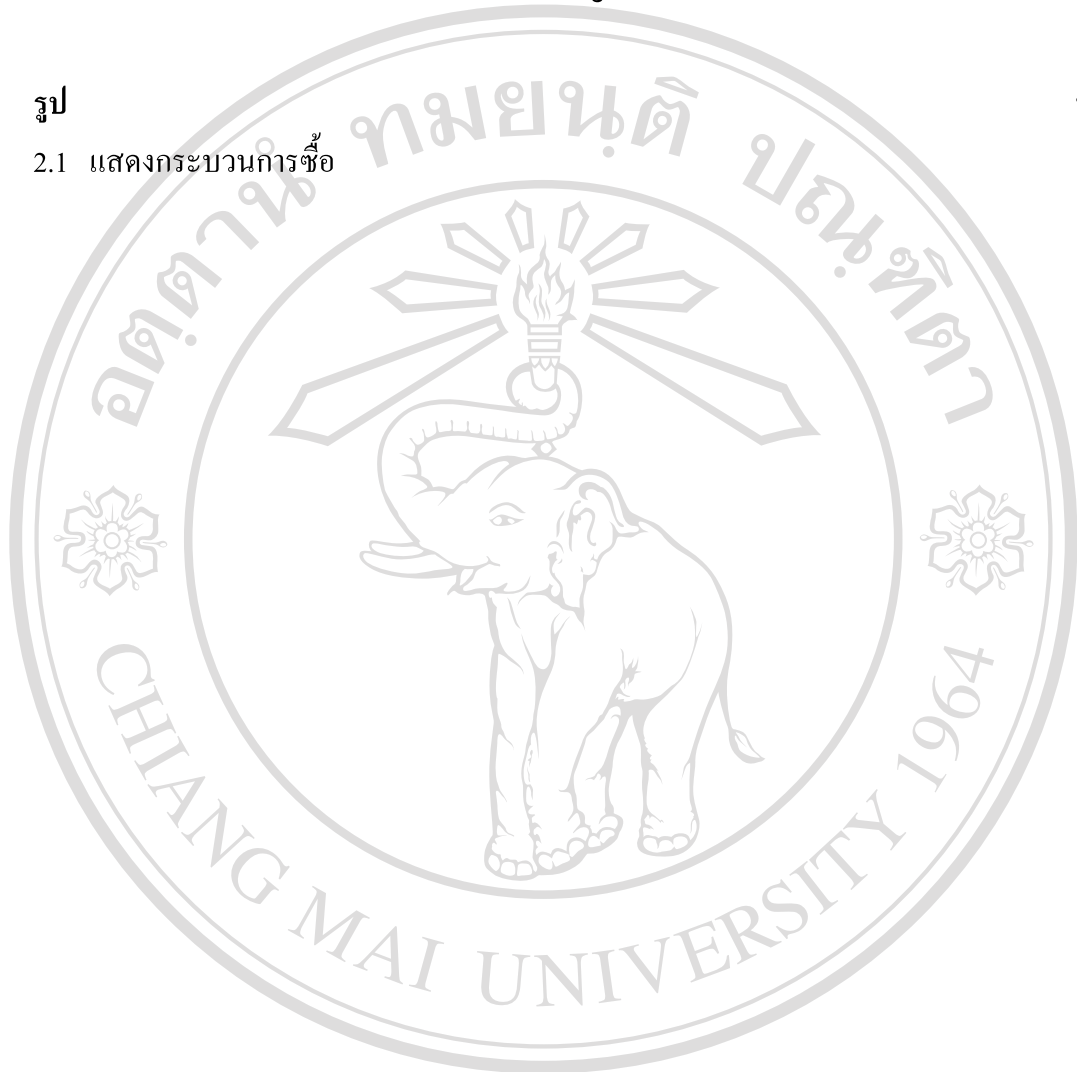
สารบัญภาพ

รูป

2.1 แสดงกระบวนการซื้อ

หน้า

8



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved