

## สารบัญ

บทคัดย่อ.....	<b>I</b>
กิตติกรรมประกาศ.....	<b>II</b>
สารบัญ.....	<b>III</b>
สารบัญตาราง.....	<b>V</b>
สารบัญภาพ.....	<b>VII</b>

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	3
1.3 กรอบและแนวคิดในการศึกษา.....	3
1.4 ขอบเขตในการศึกษา.....	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
<b>2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>5</b>
2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์ (Demand Theory).....	5
2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับอุปทาน (Supply Theory).....	10
2.3 สินค้าและบริการ.....	16
2.4 การเลือกซื้อสินค้าและบริการ.....	17
2.5 กระบวนการการตัดสินใจ.....	20
2.6 พฤติกรรมผู้บริโภค.....	22
2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร(IMC)....	44
2.8 ส่วนประสมทางการตลาด.....	47
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	51
<b>3 วิธีดำเนินการศึกษา.....</b>	<b>54</b>
3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	54

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	55
3.3 วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ.....	55
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	56
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	 58
4.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	58
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	60
4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องเขียนโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	62
 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	 68
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	68
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	70
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	71
 บรรณานุกรม.....	 72
ภาคผนวก.....	75
ประวัติผู้วิจัย.....	79