

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(8)
บทที่	
1. บทนำ	
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	5
1.4 สมมติฐานการวิจัย	5
1.5 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล.....	5
1.6 วิธีการศึกษา	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.8เค้าโครงของงานวิจัย.....	6
2. กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์.....	8
2.2 แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด	10

2.3	งานศึกษาในอดีต	25
2.4	วิธีการศึกษา	29
2.5	ขั้นตอนของการศึกษา	39
3.	ภาพรวมและโครงสร้างของ GPRS ในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่	
3.1	การพัฒนาของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	41
3.2	การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GPRS.....	42
3.3	การให้บริการ GPRS ในประเทศไทย	47
4.	ผลการศึกษา	
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง.....	57
4.2	การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยการทดสอบสมมติฐาน.....	59
4.3	พฤติกรรมกรใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง	65
4.4	การทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพกับพฤติกรรมกรตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS และ การทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด	67
5.	บทสรุป	
5.1	สรุปผลการศึกษา	78
5.2	อภิปรายผลการศึกษา	80
5.3	ข้อเสนอทางธุรกิจ	82
5.4	ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	82

ภาคผนวก	
ก. ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ.....	84
ข. แบบสอบถาม	90
บรรณานุกรม	94

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	คำถาม 6Ws 1H เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os).....	11
2.2	สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
2.3	สรุปสมมติฐานการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS	37
3.1	สรุป รายการส่งเสริมการขายของผู้ให้บริการแต่ละรายในปี 2549-2550.....	50
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ กลุ่มตัวอย่าง.....	57
4.2	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	60
4.3	พฤติกรรมการใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ กลุ่มตัวอย่าง.....	65
4.4	พฤติกรรมการใช้บริการเสริม GPRS ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ	66
4.5	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มคนทำงาน	68
4.6	สรุปการทดสอบอาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจเลือกใช้บริการ เสริม GPRS แตกต่างกัน.....	69
4.7	สรุปการทดสอบสมมติฐานของอาชีพ มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แตกต่างกัน.....	71

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
1.1	การเติบโตของโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการด้านข้อมูล (Data Service).....	2
1.2	ปริมาณการใช้งาน GPRS	4
2.1	รูปแบบพฤติกรรมกรรการซื้อ	12
2.2	การขึ้นตอนในการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการพัฒนา ส่วนประสมทางการตลาด	23
2.3	สรุปทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา	24
2.4	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	30
2.5	แผนภาพแสดงขั้นตอนของการศึกษา	40
3.1	โครงสร้างทางลอจิคอลของระบบโครงข่าย GPRS	44
3.2	แสดงส่วนแบ่งตลาด GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปี พ.ศ 2549	51
3.3	การใช้บริการ GPRS ในรูปแบบ Web Browsing	52
3.4	การใช้บริการ GPRS ในรูปแบบ Mobile Mail	53
3.5	การใช้บริการ GPRS ในรูปแบบของ Mobile on T.V./ฟังเพลง.....	54
3.6	การใช้บริการ GPRS ในรูปแบบของการ Chat	54