

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงรายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค.....	13
2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	14
2.3 แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน.....	16
2.4 สถาปัตยกรรมของ Mobile life.....	23
3.1 กรอบแนวคิดการศึกษาตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม.....	34
4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ : เพศ.....	35
4.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ : อายุ.....	36
4.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ : การศึกษา.....	36
4.4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ : อาชีพ.....	37
4.5 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ : รายได้ส่วนบุคคลรวมต่อเดือน.....	37
4.6 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่.....	38
4.7 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แยกตามระบบ.....	38
4.8 พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ต.....	39
4.9 พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตแยกปริมาณการใช้งานต่อสัปดาห์.....	39
4.10 พฤติกรรมการใช้ SMS.....	40
4.11 พฤติกรรมรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ Mobile life.....	41
4.12 พฤติกรรมรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ Mobile life จำแนกตามแหล่งข้อมูล.....	41
4.13 พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile life.....	42
4.14 ระดับความพึงพอใจของผู้ที่เคยใช้บริการ Mobile life.....	43
4.15 ระดับความสนใจของผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ Mobile life.....	44
4.16 ความต้องการหลังทราบความสามารถของบริการ Mobile life.....	45
4.17 กลุ่มผู้ที่สนใจแต่ยังไม่ขอใช้บริการแบ่งตามอาชีพ.....	47
4.18 กลุ่มผู้ที่สนใจแต่ยังไม่ขอใช้บริการแบ่งตามระดับรายได้.....	47
4.19 กลุ่มผู้ที่สนใจแต่ยังไม่ขอใช้บริการแบ่งตามอายุ.....	48
4.20 กลุ่มผู้ที่สนใจแต่ยังไม่ขอใช้บริการแบ่งตามระดับการศึกษา.....	48

4.21 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจและจะขอใช้บริการแบ่งตามอาชีพ.....	50
4.22 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจและจะขอใช้บริการแบ่งตามระดับรายได้.....	50
4.23 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจและจะขอใช้บริการแบ่งตามระดับการศึกษา.....	51
4.24 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจและจะขอใช้บริการ มีอายุ 20 - 30 ปี แบ่งตามเพศ.....	51
4.25 ระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกใช้บริการ Mobile life.....	52
4.26 เหตุผลที่ไม่เลือกใช้บริการ Mobile life	53
4.27 บริการ Mobile life เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบดิจิทัล GSM 900หรือไม่.....	55