

55602377 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค / ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด / ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

อภิถันญา จินต์จันทรวงค์ : พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคกับบริษัท เทเลวิท ในจังหวัดนครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รศ.ประสพชัย พสุนนท์. 125 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคกับบริษัท เทเลวิท กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐมที่มาซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1.) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26 –30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท เขตที่อยู่อาศัยในจังหวัดนครปฐม สถานภาพโสด มีสมาชิกในครอบครัว 3 – 4 คน ยี่ห้อโทรศัพท์มือถือที่เลือกซื้อส่วนใหญ่ใช้มือถือยี่ห้อ Iphone และ Ipad และระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่ 2 ปี 2.) ระดับความสำคัญของพฤติกรรมในการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ มากที่สุด คือ พฤติกรรมที่ต้องการซื้อโทรศัพท์มือถือมากที่สุดนอกจากการใช้เพื่อการ ถัดมาคือ พฤติกรรมการรับรู้สื่อที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ พฤติกรรมด้านสาเหตุที่ต้องการซื้อโทรศัพท์มือถือ พฤติกรรมด้านเหตุผลที่เลือกซื้อโทรศัพท์กับบริษัทเทเลวิท พฤติกรรมจากการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือใหม่ พฤติกรรมที่ส่งผลต่อกลุ่มที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ และพฤติกรรมการเลือกแหล่งที่ไปเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ ตามลำดับ 3.) ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด มากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ถัดมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการผู้ให้บริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการขาย ตามลำดับ 4.) ระดับความสำคัญของปัจจัยทางด้านจิตวิทยา มากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ ถัดมาคือ ด้านความเชื่อมั่นและทัศนคติ ด้านการเรียนรู้ และด้านการจูงใจ ตามลำดับ 5.) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านจิตวิทยากับพฤติกรรมในการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

55602377 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD : CONSUMER / MARKETING MIX / PSYCHOLOGICAL FACTORS.

APINYA JINJUNTARAWONG : BEHAVIORS AND FACTORS AFFECTING THE CONSUMER'S DECISION TO PURCHASE THE MOBILE PHONES WITH TELEWIZ COMPANY IN NAKHON PATHOM PROVINCE. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF.PRASOPCHAI PASUNON. 125 pp.

This research aims to analyze of Behaviors and Factors Affecting the Consumer's Decision to Purchase the Mobile Phones with Telewiz Company. The samples used in this research is that consumers in Nakhon Pathom to buy mobile phones of 400 people. The data were collected by using questionnaires and then they were analyzed as frequency, percentage, mean, standard difference, and Pearson product-moment correlation. Most respondent were male between the age of 26-30 years, and graduated with a bachelor's degree. They were private employees and their average monthly income about 15,001-20,000 baht. They lived in a Nakhon Pathom, single, and there were 3-4 people in their families, Make phone using the iphone and ipad , and duration of use, most 2 years 2.) Significant levels of behavior in buying a mobile phone is most desired behavior for most call phones are used to communicate to the next behavior perceived media information about the cell phone, the behavior you want to buy a mobile phone, the behavior of the reasons for purchasing a phone with telewiz, behavior of buying a new mobile phone, behaviors that affect group influence in the decision to buy the phone, and phone to buy source selection behavior respectively. 3.) Critical factor in the marketing mix is the next product is the creation and presentation of physical appearance, the channel amortization, staffing providers, process service, price, promotion, and sale, respectively. 4.) Critical factor is the most common psychological perception, followed by the confidence and attitude, learning, and motivation, respectively. 5.) According to the relationship between the ingredients marketing mix. Psychological factors on behavior in buying a mobile phone, consumers have consistently statistically significant at the 0.05 level.

Program of Entrepreneurship

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature

Academic Year 2013

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี เพราะได้นับการกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ประสพชัย พสุนนท์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ สนับสนุนและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ส่งผลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอ กราบขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณฯคณาจารย์ทุกท่านในสาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ได้ประสาขาวิชาความรู้ ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบคำถาม เพื่อนๆทุกท่าน ตลอดจนผู้ที่ให้ความช่วยเหลือทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีส่งผลให้ผู้วิจัย สามารถดำเนินการวิจัย จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุดท้ายผู้วิจัยใคร่กราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้ความรัก ความห่วงใย เป็นกำลังใจ และสนับสนุนส่งเสริมในด้านการศึกษาก่อข้าพเจ้าเสมอมา จนทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแต่ พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจอย่างดียิ่ง เสมอมา

