

ศิริประภา วุฒิชนม 2555: ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ปริญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์ชนารักษ์ เหล่าสุทธิ, Ph.D. 139 หน้า

การวิจัยในครั้งนี้มี วัตถุประสงค์ หลักเพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลที่มี ผลกระทบ ต่อการ
ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในประเทศไทย โดยใช้ แบบจำลอง
โพรบิต แบบจำลองโลจิต แบบจำลองสโคบิต และแบบจำลองคอมพลิเมนต์ทอ รี ล็อก-ล็อก
ข้อมูลที่ใช้รวบรวมจากแบบสอบถามออนไลน์ ที่ได้จากผู้บริโภคที่จำนวน 523 คน ผล
การศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มี ผลกระทบ สูงต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน คือ
อาชีพ โดยผู้ที่ประกอบ อาชีพข้าราชการ ว่างาน /แม่บ้าน/เกษียณอายุ พนักงานรัฐ วิชากิจ และ
อาชีพอื่น ๆ จะมีโอกาสในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนมากกว่าผู้บริหาร โดยค่า
ความน่าจะเป็นอยู่ที่ 29.49 24.61 24.02 และ 23.27 ตามลำดับ ในขณะที่ระยะเวลาที่ใช้ในการ
สนทนาออนไลน์ในแต่ละวัน มี ผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนรอง
ลงมา ซึ่งหาระยะเวลาที่ใช้ในการสนทนาออนไลน์ในแต่ละวันเพิ่มขึ้น 1 ชั่วโมงแล้ว จะทำให้
โอกาสในการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.17 ปัจจัยอายุและราคา
โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มตัวอย่าง ใช้อยู่ในปัจจุบัน เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ น้อย
ที่สุด โดยการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเหล่านี้ 1 หน่วย จะทำให้ โอกาส ในการตัดสินใจซื้อ
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนเปลี่ยนแปลงไม่ถึงร้อยละ 1 สำหรับเทคนิคการวิเคราะห์ที่เหมาะสม
ที่สุดสำหรับการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบจำลองสโคบิต เนื่องจากสามารถพยากรณ์ความน่าจะเป็นที่
กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนได้อย่างถูกต้องร้อยละ 74.60

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก