

ชื่อเรื่อง ปัจจัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้อฟ็อคเก็ตพีซีของกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้ศึกษาค้นคว้า กนกพร นาคอุไร, เฉลิมพล อ่อนสุทธิ

ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ

ประเภทสารนิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2551

คำสำคัญ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อฟ็อคเก็ตพีซี และเพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกสถานที่ในการซื้อฟ็อคเก็ตพีซี

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง (Nonproposive Sampling) ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มคนวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาความถี่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ และการวิเคราะห์ข้อมูลเรียงลำดับความสำคัญ 5 อันดับ อันดับ 1 ถือว่ามีความสำคัญมากที่สุด หรือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อฟ็อคเก็ตพีซี

ผลต่อการเลือกซื้อฟ็อคเก็ตพีซีเครื่องใหม่ พบว่า เพศ อายุ รายได้ การศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ กับ ระยะเวลาที่ซื้อฟ็อคเก็ตพีซีเครื่องปัจจุบันมีผลต่อการเลือกซื้อฟ็อคเก็ตพีซีเครื่องใหม่ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้ 6 – 12 เดือนฟ็อคเก็ตพีซีเครื่องใหม่ที่มีต้องการซื้อ มีผลต่อการเลือกซื้อ มีราคาปานกลาง วิธีการซื้อฟ็อคเก็ตพีซีที่มีผลต่อการเลือกซื้อฟ็อคเก็ตพีซีเครื่องใหม่คือการซื้อด้วยเงินสด และมีการเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย กับยี่ห้ออื่น ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อฟ็อคเก็ตพีซีเครื่องใหม่ ปัจจัยสำคัญจากสื่อที่ทำให้กลุ่มผู้ใช้ซื้อฟ็อคเก็ตพีซีซื้อฟ็อคเก็ตพีซีคือ อินเทอร์เน็ต ฟังก์ชันที่ได้รับความนิยมคือ การใช้งานเป็นโทรศัพท์ได้ คุณสมบัติตัวเครื่องที่สำคัญคือความเร็วเครื่องและความจุของ Memory บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อฟ็อคเก็ตพีซีเครื่องใหม่คือ ตนเอง