

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ 2) ศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือของลูกค้า 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่อาศัยอยู่ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาซื้อโทรศัพท์มือถือ ที่ห้างสรรพสินค้าโลตัส ห้างโรบินสัน ศูนย์การค้าอยุธยาพาร์ค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 246 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม และค่าสถิติที่ใช้ในการวิจัยข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test , F-test และ LSD ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท มีสถานภาพสมรสแล้ว และมีสมาชิกในครอบครัวจำนวน 2 คน

2. ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ โดยพิจารณาจากปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านพนักงาน และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านราคาลูกค้ามีการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง

3. ลูกค้าที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

The purposes of this study were to 1) examine the basic factors of customers purchasing LCD TVs, 2) investigate the factor of customers who purchased LCD TVs in Phranakhon Si Ayutthaya District, Phranakhon Si Ayutthaya Province, 3) compare the level of decision-making of customers purchasing LCD TVs in Phranakhon si Ayutthaya District, Phranakhon si Ayutthaya Province in relation to the customers' basic factors. The sample group consisted of 246 customers living in Phranakhon Si Ayutthaya District who purchased LCD TVs at Lotus , Robinson , and Ayutthaya Park department stores. Questionnaires were used to collect the data. Statistical analysis was performed using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and LSD. The findings indicated the following :

1. Most customers were male. They were 20-30 years old. Their educational background was a bachelor's degree or higher. Most of them were employees. Their monthly income was between 15,001-20,000 baht. They were also married with 2 family members.

2. The level of decision-making of customers purchasing LCDTVs in terms of product, selling, service procedure, and marketing promotion was the highest. On the other hand, the level of decision-making in purchasing LCD TVs in terms of staff and environment was high, while price affected their purchasing moderately.

3. Customers with different gender, age, educational background, occupation, monthly income, marital status, and number of family members had a different level of decision-making in purchasing LCD TVs with a statistically significant level of 0.5.