

ลากศิษฐ์ จรุงเลิศหิรัณย์ 2557: ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์ณัฐพล พันธุ์ภักดี, Ph.D. 83 หน้า

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนและการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม สถิติพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปร 2 กลุ่ม ด้วยค่า  $t$  การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มผู้บริโภคมกกว่า 2 กลุ่ม ด้วยค่า  $F$  (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18- 25 ปี มีรายได้ 10,001 – 30,000 บาท มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ระลึถึงยี่ห้อ Samsung ในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนั้น พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการรับรู้ตราสินค้ารวม ในระดับมากที่สุด

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้และระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ราคาและคุณสมบัติของสมาร์ทโฟนมีความสำคัญรองลงมา นอกจากนั้น รูปแบบการดำเนินชีวิต ราคา การตระหนักรู้ตราสินค้าและคุณสมบัติของสมาร์ทโฟนมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อ