

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากร ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัด ชลบุรี
คำสำคัญ	การตัดสินใจซื้อ/โทรศัพท์เคลื่อนที่/นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร
ชื่อนักศึกษา	มาชิตา โกร์ตนะ
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ดร.ช.ชง พวงสุวรรณ
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2549

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จำนวน 398 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย รวมทั้งทำการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยโดยการทดสอบด้วยค่าไค-สแควร์

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยด้านการตลาดพบว่าประชากรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดระดับปานกลาง
2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้านต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าปัจจัยทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากร
ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากร
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากร
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากร

สรุปปัจจัยด้านการตลาดและประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากร

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์ ของ ดร.ช.ชง พวงสุวรรณ กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งเสียสละเวลาในการตรวจสอบและแก้ไข จุดบกพร่อง ตลอดจนให้คำปรึกษาที่ดีแก่ผู้เขียนด้วยดีเสมอมา ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมวงศ์ วัฒนสุนทร ประธานกรรมการ ซึ่งสละเวลาในการให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบคุณคณาจารย์บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านที่กรุณาถ่ายทอดความรู้ในทุกแขนงวิชา ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาทุกท่านซึ่งให้ความร่วมมือและช่วยเหลือเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการกรอกแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ท้ายที่สุดขอขอบคุณ ครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

มาชิตา โกรัตนะ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
กิตติกรรมประกาศ.....	II
สารบัญ.....	III
สารบัญตาราง.....	IV
สารบัญภาพ.....	X
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
ความสำคัญของการศึกษา.....	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์.....	5
2. วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	7
3. วิธีการวิจัย.....	20
ประชากร / กลุ่มตัวอย่าง.....	20
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	21
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	22
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	23
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	23
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
4. วิเคราะห์ข้อมูล.....	26
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	68
บรรณานุกรม.....	73
ภาคผนวก.....	74
ประวัติผู้วิจัย.....	78

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงคำถาม 7 คำถาม (6 W's และ 1 H).....	13
2. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามเพศ.....	27
3. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามอายุ.....	27
4. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	28
5. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามประสบการณ์ทำงาน.....	28
6. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	29
7. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบัน.....	29
8. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามแบบเงินสดหรือเงินผ่อน.....	30
9. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเครื่อง.....	30
10. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการซื้อครั้งต่อไป.....	31
11. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามสาเหตุในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	31
12. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามสถานที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่....	32
13. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์.....	33
14. ปัจจัยด้านราคา.....	33
15. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย.....	34
16. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด.....	35
17. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านเงินสดหรือเงินผ่อน.....	36
17.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านเงินสดหรือเงินผ่อน.....	36

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
18. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านระยะเวลาที่ใช้เฉลี่ยต่อเครื่อง.....	37
18.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านระยะเวลาที่ใช้เฉลี่ยต่อเครื่อง.....	37
19. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ครั้งต่อไป.....	38
19.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ครั้งต่อไป.....	38
20. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านสาเหตุสำคัญในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ครั้งต่อไป.....	39
20.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านสาเหตุสำคัญในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ครั้งต่อไป.....	39
21. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านสถานที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	40
21.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านสถานที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	40
22. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านเงินสดหรือเงินผ่อน.....	41
22.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านเงินสดหรือเงินผ่อน.....	42
23. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านระยะเวลาที่ใช้เฉลี่ยต่อเครื่อง.....	43
23.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านระยะเวลาที่ใช้เฉลี่ยต่อเครื่อง.....	43

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
24. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้าน ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการซื้อครั้งต่อไป.....	44
24.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้าน ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการซื้อครั้งต่อไป.....	44
25. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้าน สาเหตุสำคัญในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	45
25.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้าน สาเหตุสำคัญในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	45
26. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้าน สถานที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	46
26.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้าน สถานที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	46
27. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านเงินสดหรือเงินผ่อน.....	47
27.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านเงินสดหรือเงินผ่อน.....	47
28. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านระยะเวลาที่ใช้เฉลี่ยต่อเครื่อง.....	48
28.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านระยะเวลาที่ใช้เฉลี่ยต่อเครื่อง.....	48
29. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการซื้อครั้งต่อไป.....	49
29.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการซื้อครั้งต่อไป.....	49

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
42. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	63
43. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคากับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	64
44. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	65
45. ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	66

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
2. ส่วนประสมทางการตลาด.....	9
3. รูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน	15