

บทคัดย่อ

วิชา บช.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	:	พฤติกรรมการเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	:	นายสามารถ ป้อมโอชา
หลักสูตร	:	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	ดร.ศรีสุดา แซ่ลี้
วันที่โอนุมัติผลงาน	:	พฤษภาคม 2555
จำนวนหน้า	:	65 หน้า
คำสำคัญ	:	พฤติกรรม การซื้อสมาร์ทโฟน

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้สมาร์ทโฟนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้สมาร์ทโฟน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) รวมทั้ง 264 ตัวอย่างโดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้โปรแกรมทางสถิติคำนวณสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's alpha) ได้ค่าเท่ากับ 0.87 และนำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์สถิติ การแจกแจงหาความถี่ การหาอัตราส่วนร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และการบรรยายผลด้วยวิธีพรรณนา ในการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ T-Test

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนยี่ห้อ Apple รองลงมาเป็นยี่ห้อ HTC และ Blackberry

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสมาร์ทโฟนราคา 10,001 – 20,000 บาท มีค่าใช้จ่ายบริการรายเดือน 500 – 1,000 บาท เริ่มใช้สมาร์ทโฟนเป็นระยะเวลา มากกว่า 12 เดือน เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนคือ มี Application/ฟังก์ชันการใช้งานตอบสนองความต้องการมากกว่ายี่ห้ออื่น มีความต้องการในการใช้สมาร์ทโฟนเพื่อเข้าอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่างๆ ก่อนตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนมีข้อมูลเกี่ยวกับสมาร์ทโฟนเพียงพอในระดับมาก ใช้ข้อมูลด้านราคาประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนจากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน โดยซื้อจากตัวแทนจำหน่ายเฉพาะยี่ห้อ มีการรับประกันสินค้า และการชำระด้วยเงินสด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญของผู้ใช้สมาร์ทโฟน ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน จำแนกตามเพศชาย และเพศหญิง

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความสำคัญของผู้ใช้สมาร์ทโฟน ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน จำแนกตามเพศชาย และเพศหญิง ดังนั้น รูปแบบผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ คุณภาพของเครื่องมีความเหมาะสมกับราคา ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายมีสาขาในจังหวัดเชียงใหม่ และร้านค้ามีการให้ตั้งจองก่อนสมาร์ทโฟนจะวางจำหน่าย