



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือของลูกค้า ในจังหวัดสุรินทร์  
Factors Influential to the Decision to Purchase Mobile Phone: The Case of Consumers in  
Surin Province

ณัฐฉารัตน์ นามเสริมศรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันราชภัฏสุรินทร์

ธันวาคม 2557

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ  
ลูกค้า ในจังหวัดสุรินทร์

โดย

ณัฐฉารัตน์ นามเสริมศรี

หลักสูตร

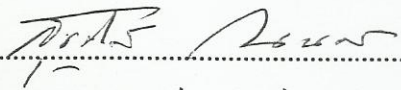
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

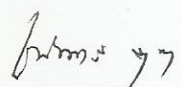
อาจารย์ที่ปรึกษา

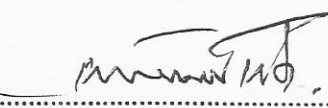
ดร. ชรินทร์ วิชชุลตา

ปีที่สำเร็จการศึกษา

2557

  
.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ สุจิตต์ ณ นคร)

  
.....กรรมการ/อาจารย์ที่ปรึกษา  
(ดร. ชรินทร์ วิชชุลตา)

  
.....กรรมการ/ผู้อำนวยการหลักสูตร  
(ดร. พิชัย ทรัพย์เกิด)



ณัฐณารัตน์ นามเสริมศรี (2557)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ  
ลูกค้า ในจังหวัดสุรินทร์

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏ

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.ชนินทร์ วิชชุตา

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่วนบุคคลของลูกค้าในจังหวัดสุรินทร์ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มเป้าหมาย 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้า และ 3) เปรียบเทียบปัจจัยและการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 200 คน ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสถิติ t-test และค่าสถิติ F-test หรือความแปรปรวนชนิดทางเดียว (One-Way ANOVA) และทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีของเซฟเฟ่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้า ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ย ปานกลาง ผลการวิจัยยัง พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้าที่มีอาชีพและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่แตกต่างกัน

## ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) study personal factors of customers in Surin province which were the population under study 2) Factors that influence the purchase decision of mobile clients 3) compare their behavior based on personal factors of customers . Samples included 200 customers visiting mobile phone shops located in Surin province . Data collection was conducted using questionnaire. Statistics used in this research included frequency , percentage , mean , standard deviation , t-test, F-test (One-way ANOVA) and Scheffe's multiple comparison test. Level of significance used was 0.05.

The outcome of the study revealed that the majority of samples were female, less than 20 years of age , bachelor degree graduates , married working as employees in private company with monthly income less than 10,000 baht. Factors that influence the purchase decision of mobile clients. Both the product, price, place and promotion. Some comments by the medium. The research also showed that customers with different sexes , ages , education, marital status did differ in their purchasing behavior at 0.05 level of significance . On the other hand , customers with different occupation and monthly income did not differ in their purchasing behavior.