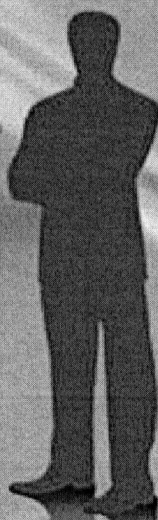


Proceedings

การประชุมวิชาการระดับชาติ

ศึกษาศาสตร์วิจัย ครั้งที่ 1



- คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

วันที่ 29-30 พฤษภาคม 2557
ณ โรงแรมรรษา เจบี หาดใหญ่
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

<http://eduit.pn.psu.ac.th/er2014>

สนับสนุนโดย



ISBN 978-616-271-185-5



การประชุมวิชาการระดับชาติ “ศึกษาศาสตร์วิจัย” ครั้งที่ 1
คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ISBN 978-616-271-185-5

พิมพ์ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2557 จำนวน 500 เล่ม
ราคา 359 บาท
(สงวนลิขสิทธิ์)

พิมพ์ที่ บริษัท แมกซ์มีเดีย วาย 2 เคเพรส จำกัด
18 ถนนตันรัตนากร(ตรงข้ามโรงแรมเอ็มเพอเรีย) อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
โทร. 074-236850, 086-4907243
Fax 074-236850
อีเมล : maxmedia2007@hotmail.com

จัดทำโดย คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

จัดจำหน่ายโดย คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ชิตชนก เชิงเช่า
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ธีรพงศ์ แก่นอินทร์
3. รองศาสตราจารย์ ดร.คณิตา นิกรกุล
4. รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย นภาพงศ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญพัทธ์ ทองแท้
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อจฉรา สัปพันธ์
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรินทร์ อักษรนิตย
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมดี อาพัฒน์นันท
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุใจ ส่วนไพโรจน์
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริยา คูหา
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษตรชัย และหิม
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สามารถ ทองเฝือ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย ธรรมสัจการ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เครือศรี วิเศษสุวรรณภูมิ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุสุมา ลำนุ้ย
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์บัณฑิต ดุลยรักษ์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาฟีฟ ลาเต๊ะ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิฟาริต ระเด่นอาหมัด
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเพ็ญ ภัทรนุทธพร
21. อาจารย์ ดร.อุสมาน สารี
22. อาจารย์ ดร.ณรงค์ศักดิ์ รอบคอบ
23. อาจารย์ ดร.มัยดี แวดราแม
24. อาจารย์ ดร.ณัฐนิ โมพันธ์
25. อาจารย์ ดร.ศักรินทร์ ชนประชา
26. อาจารย์ ดร.ธีระยุทธ รัชชะ
27. อาจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ กาจญณาษา
28. อาจารย์ ดร.โอภาส เกาไศยาภรณ์
29. อาจารย์ ดร.นที บุญจันทร์
30. อาจารย์ ดร.ฐปนรรษ์ ประทีปเกาะ
31. อาจารย์ ดร.วุฒิชัย เนียมเทศ
32. อาจารย์ ดร.ฤทัยชนนี สิทธิชัย
33. อาจารย์ ดร.วันพิชิต ศรีสุข
34. อาจารย์ ดร.บุญญาสา แซ่หล่อ
35. อาจารย์ ดร.อนุวัติ สงสม
36. อาจารย์ ดร.ฮัมเดีย มุดอ
37. อาจารย์ ดร.วารุณี ณ นคร



38. อาจารย์ ดร.มอัสซัล บินแสละ
39. อาจารย์จุฑา ธรรมชาติ
40. อาจารย์สนั่น เพ็งเหมือน
41. อาจารย์ยุพดี ยศวิศสกุล
42. อาจารย์ฮามิดะ มุสอ
43. อาจารย์วิมล ภคธีรเอียร
44. อาจารย์สุรรัตน์ รงเรือง
45. อาจารย์จารึก อรรถสงเคราะห์
46. อาจารย์วัฒนะ พรหมเพชร
47. อาจารย์ยุพาวัฒน์ อัมขุวัฒนา
48. อาจารย์รอฮานา ซนียะ
49. อาจารย์ลลิตา บุญธง
50. คุณรอสเมาะ มะมิง

มหาวิทยาลัยทักษิณ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นิรันดร์ จุลทรัพย์
2. รองศาสตราจารย์น้อม สังข์ทอง
3. รองศาสตราจารย์สุเทพ สันติวรานนท์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรา กล้านรงค์
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนสุข อุดม
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรรณิ ลิ้มอักษร

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1. รองศาสตราจารย์ ดร.กนกอร สมปราชญ์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.กนกมวรรณ ประเสริฐเจริญสุข
3. รองศาสตราจารย์ ดร.มงคล ดอนขวา
4. รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภา อารีรัตน์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.สันติ วิจักขณาลัญญ์
6. รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี ชัยเจริญ
7. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรี ศิวะแพทย์
8. รองศาสตราจารย์ประภาพร ศรีตระกูล
9. รองศาสตราจารย์ลัดดา ศิลาน้อย
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุณี ชามาศย์
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวิ สระน้ำคำ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรชัย เนตรถนอมศักดิ์
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรี จันทรเพ็ง
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ เต็มเดชาติพงศ์
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรินทิพย์ รักษาสัตย์
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพล อาจอินทร์
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนนชาติ เจริญศรีบุรี
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวนีย์ สิริสุขศิลป์



19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังคณา ตุงคะสมิต
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิศรา ก้านจักร
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนา ดาราศักดิ์
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปัทมพร ทนชัยบุตร
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิทธิ วนิชาชีวะ
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราวิรัช เผือกพันธ์
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธชา รุญเจริญ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นพดล มีไชโย
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปนัดดา ญวนกระโทก
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ สิมารักษ์
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลิขิต อมาตยคง
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภชัย แสงสุทธิ
31. อาจารย์ ดร.จตุภูมิ เขตจัตุรัส
32. อาจารย์ ดร.นฤมล อินทร์ประสิทธิ์
33. อาจารย์ ดร.ประกฤษฏียา ทักซิโน
34. อาจารย์ ดร.ประยุทธ ชูสอน
35. อาจารย์ ดร.วายุ กาญจนศรี
36. อาจารย์ ดร.สมพงษ์ พันธุ์รัตน์
37. อาจารย์ ดร.อนุชา โสมาบุตร
38. อาจารย์ปรีชา เครือวรรณ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลวรรณ ตั้งธนานนท์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ สมพงษ์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา นันทะไชย
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมภรณ์ พิมพ์ทอง
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เมธินี วงศ์วานิช รัชมภากรณ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
2. รองศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงษ์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกนถน บางท่าไม้
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา อิงอาจ
6. อาจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รองศาสตราจารย์ ดร.สุนีย์ เหมะประสิทธิ์



มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญญัติ ยงย่วน

มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรุณฯ ศรีสะอาด

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

อาจารย์สรเพชร เทียงเกตุ

ข้าราชการบำนาญ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.มารุต คำชะอม
2. รองศาสตราจารย์ปราณี ทองคำ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิทย์ บุญช่วย
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำภา บุญช่วย
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี นิลกรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณ กิริตรัตนะ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรายุทธ์ เศรษฐขจร

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

อาจารย์ ดร.สมประสงค์ เสนารัตน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

อาจารย์พัทธนา สุวรรณแสน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

อาจารย์ ดร.สุมาลี พงศ์ติยะไพบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ราตรี นันทสุคนธ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระยุทธ ขาตะกาญจน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยารัตน์ คงนาลีก

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

อาจารย์นิมารูณี หะยิวาเงาะ



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

อาจารย์สุดคณิง ณ ระนอง

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วัน เดชพิชัย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ ทิพย์รัตน์

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

อาจารย์ ดร.นพมาศ อัครจันทโชติ

มหาวิทยาลัยฟาฏอนี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุวัจน์ สองเมือง

วิทยาลัยเซนต์หลุยส์

อาจารย์ ดร.สมชาย แซ่เตียว

นักวิจัยอิสระ

ดร.เดช เกตุฉ่ำ

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา

ดร.ปานเทพ ลาภเกษตร
อาจารย์ภานุพงษ์ พนมวัน

สำนักงานศึกษาธิการ ภาค 8

อาจารย์กมลวรรณ กลั่นเกลี้ยง

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1

ดร.ชาร์ลส์ สื่อนิ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2

อาจารย์มัทธมนต์ สัน อาสลิ้ม อัลอิคลาส

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 3

ดร.พิชญ์ กงกุล
อาจารย์นิยอ บาฮา

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา 15

ดร.อาอีดะ ยีเจ๊ะนิ

ธนาคารออมสิน สาขาสาบบุรี

คุณกิพี อุมาร์



การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

The Factor Analysis which Affected to Purchase Mobile Phone of Students in
Silpakorn University, Petchaburi Campus

นพณน หอมสุด^{1*} นามนต์ อินทวิรัตน์² และ ภัทรพร ตรงชูเกียรติ³

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

^{2,3}สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*E-Mail: noppanon@ms.su.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือและศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่ซื้อโทรศัพท์ iPhone ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 172 คน โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัย และการวิเคราะห์การถดถอย โลจิสติกส์ แบบ ไบนารี ผลการวิจัยพบว่าการวิเคราะห์ปัจจัย สามารถแบ่งปัจจัย 32 ปัจจัย ออกเป็น 8 องค์ประกอบ คือ ด้านความสะดวกที่มีของโทรศัพท์ ด้านคุณลักษณะและคุณสมบัติการใช้งานของโทรศัพท์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านคุณภาพและความละเอียด ด้านกระแสสมาร์ตโฟน ด้านอิทธิพลภายนอก ด้านความคุ้มค่า คำนวณราคา และด้านอุปกรณ์ตกแต่งโทรศัพท์ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบอีกว่า องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อโทรศัพท์ iPhone คือ ด้านคุณลักษณะและคุณสมบัติการใช้งานของโทรศัพท์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระแสสมาร์ตโฟน และด้านอุปกรณ์ตกแต่งโทรศัพท์

คำสำคัญ: การวิเคราะห์ปัจจัย โทรศัพท์มือถือ นักศึกษา

Abstract

The objectives of this research were to analyze factor affecting to purchase mobile phone and to study factors affecting to buy or not buy iPhone of Students in Faculty of Management Science, Silpakorn University. The samples were 172 students which were selected by convenience sampling. The research instrument was questionnaire while the usage statistical techniques were frequency, percentage, mean, standard deviation, factor analysis, and binary logistic regression. It was found that it can divide 32 factors into 8 components consisted of Accessibility and Compatibility, Characteristic and Feature, Promotion, Quality and Functions of Camera and Screen, Smart Phone Trend, External Factor, Value, and Accessory. Moreover, it was also found that components affected to buy or not buy iPhone were Characteristic and Feature, Promotion, Smart Phone Trend, and Accessory.

Keywords: Factor Analysis, Mobile Phone, Student



บทนำ

ด้วยระบบเครือข่ายทางโทรคมนาคมในรูปแบบต่าง ๆ โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเครื่องมือสื่อสารชนิดหนึ่ง ที่ให้ทั้งความสะดวกรวดเร็วและประหยัดเวลาแก่ผู้ใช้งานเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ยังสามารถเจรจาโต้ตอบทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี จึงทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย บริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่รายต่างๆ ได้พากันแข่งขันกันพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก ส่งผลให้ต้นทุนและราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ลดลง ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและเกิดการขยายตัวของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งได้ครอบคลุมไปถึงกลุ่มบุคคลทั่วไป โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนนักศึกษาซึ่งมีการใช้อย่างแพร่หลาย (พรพิมล หุ่สสี, 2545: 1)

โทรศัพท์มือถือในปัจจุบันมีความสำคัญมากถือว่าเป็นปัจจัยที่ห้าที่ทำได้ ในยุคของการติดต่อสื่อสารหากบุคคลใดไม่มีโทรศัพท์มือถือแทบจะเรียกได้ว่าถูกตัดขาดจากโลกภายนอก โทรศัพท์มือถือนอกจากจะใช้ในการติดต่อสื่อสารพูดคุย ซึ่งเป็นจุดประสงค์หลักของโทรศัพท์มือถือ และสามารถใช้เป็นอุปกรณ์สำหรับพักผ่อนหย่อนใจได้อีกด้วย เช่น เล่นเกมส์ ฟังวิทยุ ฟังเพลง มีการแต่งเสียงเรียกเข้า (Ring Tone) สามารถถ่ายภาพนิ่งหรือวิดีโอได้ และยังสามารถติดต่อสื่อสารในแบบอื่นๆ เช่น การส่งข้อความสั้นๆ (SMS) การส่งข้อความภาพ (MMS) การเปิดดูข้อมูลต่างๆ ในอินเทอร์เน็ตผ่านบริการ WAP จึงทำให้โทรศัพท์มือถือเป็นที่แพร่หลายและทางด้านบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือได้พัฒนาเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือให้ทันสมัยมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยมีการใช้เทคโนโลยีของคอมพิวเตอร์เข้ามาผสมผสานกับโทรศัพท์มือถือ ทำให้เกิดเป็นโทรศัพท์มือถือแนวใหม่ที่เรียกว่าโทรศัพท์อัจฉริยะหรือโทรศัพท์มือถือ Smart Phone (ทิพรรัตน์ รุ่งทวีไพโรจน์, 2549)

นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์พกพาที่ทันสมัยและมีการออกแบบให้รองรับบริการต่างๆ อย่างครบถ้วนในเครื่องเดียวทำให้เกิดความนิยมเพิ่มมากขึ้นซึ่งผลการสำรวจยังระบุด้วยว่า ตลาดสมาร์ตโฟนในประเทศไทยจะเติบโตอย่างมาก โดยในปัจจุบันมีคนไทยเพียง 36% เท่านั้นที่เป็นเจ้าของสมาร์ตโฟน แต่ความต้องการนั้นสูงเทียบเท่ากับตลาดอื่นๆ ทั่วโลก โดยเมื่อปีที่แล้วราคาเฉลี่ยของสมาร์ตโฟนได้ลดลงมาต่ำกว่าราคาที่สูงสุดที่ผู้บริโภคชาวไทยยินดีที่จะจ่าย ซึ่งยอดผู้ใช้มือถือประเภทสมาร์ตโฟนปี 2013 นั้นมีการรายงานพบว่าเฉลี่ยแล้วคนไทยน่าจะใช้สมาร์ตโฟนราว 25% ของมือถือทั้งหมดหรือประมาณ 22 ล้านคนซึ่งมีเปอร์เซ็นต์ที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อน นอกจากนี้ ปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่ iPhone กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มนักเรียน นักศึกษา เพราะคุณสมบัติต่างๆ และปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อดังนั้นอัตราการเป็นเจ้าของสมาร์ตโฟนจึงมีโอกาที่จะเติบโตขึ้นได้อย่างต่อเนื่องจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ Smart Phone มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือและได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมารวมทั้งเทคโนโลยีในเรื่องการ Download Applications ที่มี Application หลากหลายซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วนและในปัจจุบันมีการออกผลิตภัณฑ์ประเภทโทรศัพท์มือถือ Smart Phone จำนวนมากขึ้น บริษัทผู้ผลิตค่ายต่างๆ ได้จัดกลยุทธ์แสดงศักยภาพออกมาเต็มรูปแบบเพื่อหวังว่าจะเพิ่มยอดขายของบริษัทตัวเอง ในตลาดโทรศัพท์มือถือ Smart Phone

จากความนิยมในการใช้โทรศัพท์ iPhone ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นกระแสความนิยมที่แพร่หลายรุนแรงในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อหาข้อมูลและทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในมุมมองของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่สนับสนุนและส่งเสริมให้เกิด



การตัดสินใจซื้อของนักศึกษา เช่น เพื่อถ่ายภาพ เล่นเกมส์สืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต และปัจจัยอื่นๆที่ส่งผล และมีแรงผลักดันให้ซื้อ iPhone ของนักศึกษากลุ่มดังกล่าว นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางต่อการศึกษาเกี่ยวกับ Smart Phone และพฤติกรรมกาตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
3. เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่ซื้อโทรศัพท์ iPhone ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรสำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ ได้แก่ นักศึกษาที่ศึกษาในระดับปริญญาตรี ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 2,759 คน ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและงบประมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงใช้ระดับนัยสำคัญที่ 0.1 การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจะคำนวณตามวิธีของ Yamane (1973) ได้ประมาณ 97 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดการกระจายของข้อมูล ได้ทำการเก็บตัวอย่างจริง เท่ากับ 172 คน โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งคณะผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นโดยการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 6 คน เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค จำนวน 3 คน เพื่อทดสอบความถูกต้อง โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบกับนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 30 คน ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้เท่ากับ 0.844 โดยแบบสอบถามนั้นแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ จำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมกาตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ จำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ และส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ เป็นแบบ Likert Scale จำนวนทั้งสิ้น 32 ข้อ
3. โปรแกรมที่ใช้ในงานวิจัยเรื่องนี้ คือ โปรแกรม SPSS ทั้งนี้การคำนวณค่าทางสถิติทุกประเภทยอมรับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. หลังจากเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้
 - 4.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมกาตัดสินใจซื้อ ใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ
 - 4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ ใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ผ่านการสกัดปัจจัยเพื่อค้นหาองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) โดยมีการหมุนแกนปัจจัยให้ตั้งฉากกัน (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธี



Varimax ทั้งนี้เกณฑ์การพิจารณาองค์ประกอบ คือ ค่า Eigenvalues ต้องมากกว่า 1 และค่า Factor loading ต้องมากกว่า 0.5 (กลยา วานิชย์บัญชา 2546)

4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อโทรศัพท์ iPhone ใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ แบบไบนารี (Binary Logistic Regression) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยโลจิสติก แบบ Backward: Wald ทดสอบความเหมาะสมของตัวแบบด้วย Hosmer-Lemeshow Test และคำนวณการอธิบายความผันแปรของสมการ Logistic ด้วยค่า Nagelkerke R^2 (Hair et. al., 2010) ทั้งนี้ได้เปลี่ยนข้อมูลจากการวิเคราะห์ปัจจัยให้เป็นค่ามาตรฐาน

ผลการวิจัย

จากการสอบถามข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 172 คน สรุปได้ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งก็คือ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นเพศหญิง (84.9%) ศึกษาชั้นปีที่ 3 (37.8%) มีเกรดเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 2.51 - 3.00 (42.4%) ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ประมาณ 4,000-5,000 บาทต่อเดือน (28.5%) รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลทั่วไป

รายการ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	146	84.9
ชาย	26	15.1
ชั้นปี		
ปี 1	40	23.3
ปี 2	52	30.2
ปี 3	65	37.8
ปี 4	15	8.7
สาขาวิชา		
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว	36	20.9
สาขาวิชาการตลาด	34	19.8
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ	29	16.9
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์	29	16.9
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป	18	10.5
สาขาวิชาธุรกิจโรงแรมและที่พัก	18	10.5
สาขาวิชาการจัดการชุมชน	8	4.7



รายการ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
เกรดเฉลี่ย		
ต่ำกว่า 2.00	4	2.3
2.01 – 2.50	27	15.7
2.51 – 3.00	73	42.4
3.01 – 3.50	55	32.0
3.51 – 4.00	13	7.6
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 4,000 บาท	17	9.9
4,000 – 5,000 บาท	49	28.5
5,000 – 6,000 บาท	48	27.9
6,000 – 7,000 บาท	25	14.5
7,000 – 8,000 บาท	13	7.6
มากกว่า 8,000 บาท	20	11.6
ที่อยู่อาศัย		
หอพักของมหาวิทยาลัย	145	84.3
หอพักนอกมหาวิทยาลัย	25	14.5
บ้านของตนเอง	2	1.2

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้และการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือจำนวน 1 เครื่อง (73.3%) โดยโทรศัพท์เครื่องหลักที่ใช้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุการใช้งาน 1 ปี (37.2%) มากที่สุด ซึ่งผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือมากที่สุด คือ พ่อแม่ รองลงมา คือ ตัวเอง เพื่อนญาติ-พี่น้อง และดารา-นักแสดง พนักงานขาย ตามลำดับ โดยมีการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์จากค่าย DTAC (44.2%) มากที่สุด ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามบางคนมีการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ที่มากกว่าหนึ่งเครือข่ายอีกด้วย รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการใช้และการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
โทรศัพท์เครื่องหลักที่ใช้		
iPhone	80	46.5
Samsung	49	28.5
Nokia	19	11.0
SONY	6	3.5
LG	3	1.7
อื่นๆ	15	8.8



รายการ	ความถี่	ร้อยละ
อายุการใช้งานของโทรศัพท์เครื่องหลักที่ใช้		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับครึ่งปี	55	32.0
1 ปี	64	37.2
2 ปี	35	20.3
3 ปี	15	8.7
มากกว่า 4 ปี	3	1.7
ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือเครื่องหลัก		
พ่อ – แม่	76	44.2
ตนเอง	41	23.8
เพื่อน	28	16.3
ญาติ – พี่น้อง	15	8.7
ดารา – นักแสดง	6	3.5
พนักงานขาย	6	3.5
บริการระบบโทรศัพท์มือถือระบบใด		
DTAC	76	44.2
AIS	65	37.8
True move H	50	29.1
จำนวนโทรศัพท์ที่ใช้		
1 เครื่อง	126	73.3
2 เครื่อง	43	25.0
มากกว่า 2 เครื่อง	3	1.7
อุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ใช้ร่วมกับโทรศัพท์		
ไม่ใช้	114	66.3
iPad	34	19.8
iPod	16	8.7
Samsung Galaxy tab	6	3.5
อื่นๆ	3	1.7
อุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เครื่องใหม่		
มีผลต่อการตัดสินใจ	31	18.0
ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	27	15.7

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ สามารถสรุปได้ว่า ก่อนการวิเคราะห์ปัจจัย คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล พบว่า ค่า Kaiser-Meyer-Olkin เท่ากับ 0.853 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า Bartlett's Test of Sphericity ได้เท่ากับ 2417.373 (Sig. = 0.000) แสดงว่า ข้อมูลเหมาะสมที่จะใช้วิเคราะห์ปัจจัย (กลยา วาณิชบัญชา 2546) ผลการวิเคราะห์ปัจจัย ด้วยวิธีการวิเคราะห์



องค์ประกอบหลัก สามารถแบ่งปัจจัย 32 ปัจจัย ออกเป็น 8 องค์ประกอบ คือด้านความสะดวกที่มีของโทรศัพท์ ด้านคุณลักษณะและคุณสมบัติการใช้งานของโทรศัพท์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านคุณภาพและความละเอียด ด้านกระแสมาร์ทโฟน ด้านอิทธิพลภายนอก ด้านความคุ้มค่า คุ่มราคา และด้านอุปกรณ์ตกแต่งโทรศัพท์มือถือ โดยอธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมด 63.317 % รายละเอียดดังตารางที่ 3 – ตารางที่ 10 ตารางที่ 3 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญขององค์ประกอบที่ 1 “ด้านความสะดวกที่มีของโทรศัพท์” (Eigenvalues = 4.053 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 12.664)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่สะดวก	0.781	4.44	0.74	มาก
Application ที่มาพร้อมกับโทรศัพท์	0.757	4.26	0.84	มาก
ความน่าเชื่อถือของแบรนด์โทรศัพท์	0.641	4.40	0.73	มาก
หน่วยความจำของโทรศัพท์	0.613	4.08	0.81	มาก
การเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่นๆ	0.590	3.95	0.97	มาก
ช่วยให้การทำงานเป็นไปแบบ Real time	0.516	4.01	0.82	มาก

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญขององค์ประกอบที่ 2 “ด้านคุณลักษณะและคุณสมบัติการใช้งานของโทรศัพท์” (Eigenvalues = 3.552 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 11.099)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
การใช้งานที่ง่าย สะดวกสบาย	0.730	4.30	0.72	มาก
การทำงานและการตอบสนองของโทรศัพท์	0.696	4.28	0.75	มาก
รูปลักษณ์ที่น่าสนใจ ดึงดูด	0.618	4.08	0.76	มาก
ระบบปฏิบัติการที่ใช้	0.595	4.16	0.83	มาก

ตารางที่ 5 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญขององค์ประกอบที่ 3 “ด้านการส่งเสริมการขาย” (Eigenvalues = 3.340 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 10.437)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
แรงกระตุ้นจากพนักงานขาย	0.804	3.13	1.01	ปานกลาง
การส่งเสริมการขายจากผู้ให้บริการเครือข่าย	0.733	3.52	0.87	มาก
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	0.724	3.63	0.92	มาก
สามารถผ่อนจ่ายโทรศัพท์ได้	0.561	3.27	1.11	ปานกลาง
การบริการหลังการขายที่ดี	0.554	3.62	0.99	มาก



ตารางที่ 6 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ
ขององค์ประกอบที่ 4 “ด้านคุณภาพและความละเอียด” (Eigenvalues = 2.219 อธิบายความ
แปรปรวนได้ร้อยละ 6.935)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
ความละเอียดและประสิทธิภาพของกล้อง	0.673	4.15	0.75	มาก
ความละเอียดของจอภาพโทรศัพท์	0.644	4.15	0.71	มาก
ขนาดของหน้าจอ	0.523	3.90	0.72	มาก

ตารางที่ 7 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ
ขององค์ประกอบที่ 5 “ด้านกระแสมาร์ทิโฟน” (Eigenvalues = 2.079 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 6.496)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
กระแสการใช้โทรศัพท์มาร์ทิโฟน	0.824	3.91	0.94	มาก
การใช้งานแบบ Touch Screen	0.676	4.13	0.90	มาก

ตารางที่ 8 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ
ขององค์ประกอบที่ 6 “ด้านอิทธิพลภายนอก” (Eigenvalues = 1.905 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 5.954)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
บุคคลรอบข้างเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	0.794	3.42	1.10	ปานกลาง
สามารถนำไปขายได้ราคาที่ดี	0.539	3.45	1.10	ปานกลาง
ระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	0.522	3.91	0.92	มาก

ตารางที่ 9 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ
ขององค์ประกอบที่ 7 “ด้านความคุ้มค่า คุ้มค่า” (Eigenvalues = 1.621 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 5.067)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
ราคาของโทรศัพท์มือถือ	0.743	4.03	0.85	มาก
ระยะเวลาการใช้งานของแบตเตอรี่	0.642	3.87	1.01	มาก

ตารางที่ 10 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ
ขององค์ประกอบที่ 8 “ด้านอุปกรณ์ตกแต่งโทรศัพท์” (Eigenvalues = 1.493 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 4.665)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
อุปกรณ์ตกแต่งโทรศัพท์	0.743	3.66	1.10	มาก



3.การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณถึงองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ iPhone จากองค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์ในข้อ 2 โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ แบบ Binary Logisticพบว่า ค่า Nagelkerke เท่ากับ 0.374 อธิบายได้ว่าสมการโลจิสติกสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ 37.4% เมื่อใช้ค่าสถิติทดสอบ Homer and Lemeshowพบว่าได้ค่า Chi-Square เป็น 8.208 และค่า Significance เท่ากับ 0.413 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแบบที่คำนวณได้เหมาะสม

ผลการคำนวณตัวแบบ พบว่า องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ iPhone จากองค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์ในข้อ 2 ประกอบด้วย ด้านคุณลักษณะและคุณสมบัติการใช้งานของโทรศัพท์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระแสสมาร์ตโฟน และด้านอุปกรณ์ตกแต่งโทรศัพท์ รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงค่า B, S.E., Wald, Sig. และ Exp(B) ขององค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ iPhone

	B	S.E.	Wald	Sig.	Exp(B)
Constraint	.226	.184	1.508	.219	1.253
X ₂	-.468	.202	5.349	.021	.626
X ₃	1.012	.221	21.056	.000	2.752
X ₅	-.482	.196	6.011	.014	.618
X ₈	-.877	.220	15.902	.000	.416

ดังนั้น สมการในการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ iPhone คือ

$$z = 0.226 - 0.468X_2 + 1.012X_3 - 0.482X_5 - 0.877X_8$$

โดยที่ X₂คือ องค์ประกอบด้านคุณลักษณะและคุณสมบัติการใช้งานของโทรศัพท์ X₃คือ องค์ประกอบด้านการส่งเสริมการขาย X₅คือ องค์ประกอบด้านกระแสสมาร์ตโฟน และX₈คือ องค์ประกอบด้านอุปกรณ์ตกแต่งโทรศัพท์

$$P(\text{การซื้อไอโฟนหรือไม่ซื้อไอโฟน}) = 1 / 1 + e^{-z}$$

ทั้งนี้ ถ้าค่า P < 0.5 แสดงว่าบุคคลนั้นตัดสินใจซื้อiPhone และหากค่า P > 0.5 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ยี่ห้ออื่น โดยจากสมการข้างต้น สามารถพยากรณ์ผู้ที่ตัดสินใจซื้อ iPhone ได้ถูกต้อง 55 คน จาก 80 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 และสามารถพยากรณ์ผู้ที่ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ยี่ห้ออื่นได้ถูกต้อง 66 คน จาก 92 คน คิดเป็นร้อยละ 71.7 ทั้งนี้ภาพรวมของการพยากรณ์ถูกต้อง 121 คน จาก 172 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้ที่ตัดสินใจซื้อ iPhone เป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับ องค์ประกอบด้านคุณลักษณะและคุณสมบัติการใช้งานของโทรศัพท์ องค์ประกอบด้านกระแสสมาร์ตโฟน และองค์ประกอบ



ด้านอุปกรณ์ตกแต่งโทรศัพท์ขณะที่ผู้ที่ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือยี่ห้ออื่น ให้ความสำคัญกับ องค์ประกอบด้าน การส่งเสริมการขาย ส่วนองค์ประกอบอื่น ๆ ให้ความสำคัญไม่ต่างกัน

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาที่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จาก กระบวนการสนทนากลุ่ม จนได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ จึงเป็นการศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจซื้ออย่างชัดเจน ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

1. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือของนักศึกษา คือ พ่อ-แม่ เนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่ ของนักศึกษาอยู่ที่ประมาณ 4,000 – 5,000 บาท ดังนั้นพ่อ-แม่จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาและจากองค์ประกอบที่ 3 “ด้านการส่งเสริมการขาย” ที่นักศึกษาให้ความสำคัญ ต่อการตัดสินใจซื้อในเรื่องของการส่งเสริมการขาย ผู้ขายจึงควรเพิ่มความสำคัญในด้านต่างๆ เช่น ในด้านการ ส่งเสริมการขายต่างๆจากผู้ให้บริการเครือข่ายอาจมีการเสนอโปรโมชั่นการผ่อนจ่ายโทรศัพท์มือถือ 0% นาน 6 เดือน หรือการเสนอโปรโมชั่นการใช้งานที่มีความหลากหลาย ในราคาที่พ่อ-แม่ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อสามารถยอมรับได้

2. ผลวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านกระแสสมาร์โฟน เป็นหนึ่งในปัจจัยซึ่งผู้ตัดสินใจซื้อให้ความสำคัญ โดยการให้ระดับความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องของกระแสการใช้โทรศัพท์สมาร์โฟน และกระแสการใช้งาน แบบ Touch Screen ดังนั้น การพยายามดึงดูดเด่นของคุณสมบัติการใช้งานของโทรศัพท์พร้อมกับการสร้าง แรงกระตุ้นจากพนักงานขายจะสามารถช่วยให้ผู้บริโภคหันมาซื้อโทรศัพท์มือถือเพิ่มมากขึ้น

3. ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า นอกจากเรื่องคุณสมบัติการใช้งานของโทรศัพท์มือถือแล้ว อุปกรณ์ตกแต่ง มือถือต่างๆ อย่างเช่นเคสโทรศัพท์มือถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญ เพราะเคส โทรศัพท์มือถือสามารถช่วยรักษา และป้องกันการกระแทกของโทรศัพท์มือถือได้หาซื้อได้ง่าย มีรูปแบบที่ หลากหลายให้เลือกซื้อทำให้อุปกรณ์ตกแต่งมือถือ กลายเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้ขายควรให้ความสำคัญอาจมีการ จัดจำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งต่างๆ เคสโทรศัพท์มือถือควบคู่กันไปในร้านเพิ่มขึ้น

4. ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคในปัจจุบันหันมาให้ความสำคัญกับการใช้ฟังก์ชันและ แอปพลิเคชัน ซึ่งความสามารถที่หลากหลายทำให้ใช้ระบบประมวลผลมากขึ้น ส่งผลต่อระยะเวลาการทำงาน ของแบตเตอรี่ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงหันมาให้ความสำคัญกับระยะเวลาการใช้งานแบตเตอรี่เพิ่มมากขึ้น

5. จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการแบบ ไบนารี ทำให้สามารถจำแนกความสำคัญของการตัดสินใจซื้อ หรือไม่ซื้อโทรศัพท์มือถือ iPhone แต่ละปัจจัยได้ โดยที่องค์ประกอบปัจจัยด้านคุณลักษณะและคุณสมบัติการ ใช้งานของโทรศัพท์ ด้านกระแสสมาร์โฟน ด้านอุปกรณ์ตกแต่งโทรศัพท์ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการ ตัดสินใจซื้อ iPhone ขณะที่องค์ประกอบด้านการส่งเสริมการขายเป็นเพียงปัจจัยเดียวที่ผู้ไม่ซื้อโทรศัพท์ iPhone ให้ความสนใจ

6. ขณะที่องค์ประกอบด้านความสะดวกที่มีของโทรศัพท์ ด้านคุณภาพและความละเอียด ด้าน อิทธิพลภายนอก ด้านความคุ้มค่า คุ้มราคา เป็นองค์ประกอบที่ผู้ซื้อและผู้ที่ไม่ซื้อ iPhone ให้ความสำคัญใน ระดับที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นหากต้องการที่จะเพิ่มการขายโทรศัพท์มือถือ iPhone ให้กับกลุ่มที่ไม่ซื้อ iPhone ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเต็มใจที่จะจ่าย เช่น การจัดการ ส่งเสริมการขายร่วมกับผู้ให้บริการเครือข่าย



7.การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะศึกษาผู้ใช้งานในกลุ่มอื่น ๆ เปรียบเทียบด้วย เช่น บุคลากรหรือประชาชนในเขตตัวเมือง เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกับผู้ใช้งานที่แตกต่างกันระหว่างวัยและอาชีพว่าสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2546). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6 ฉบับปรับปรุงแก้ไข: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ทิพรัตน์ รุ่งทวีไพโรจน์. (2549). การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเครื่องโทรศัพท์มือถือมือสอง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร,วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- พรพิมล ห่งสี. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. (7th ed). New Jersey: Pearson Education Inc.