

ชื่อภาคนิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค
กรณีศึกษา: ไอทีแกรนด์ บางแค

ผู้วิจัย นางสาวศศิเดชา คิเรกพิทักษ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) รศ.สมจิตร ล้วนจำเริญ 2) รศ.วรารัตน์ เขียวไพรี
3) ดร.กานดา ไทยพานิชย์ ปีการศึกษา 2552 จำนวน 91 หน้า คำสำคัญ การตัดสินใจ เครื่อง
คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค ไอทีแกรนด์ บางแค และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภคในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการให้บริการ ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคอยู่ในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา ไม่มีความแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติ แต่ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1.....2.....3.....

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Term paper title : The Factors influencing Decision Making to buy Personal Computer

Case Study : IT Grand Bangkhae

Researcher : Ms.Sasilekha Direkphitak. Degree : Master of Business Administration (General Management),

Dhonburi Rajabhat University. Term paper advisors: 1) Assoc. Prof. Somjite Luanjumroen

2) Assoc. Prof. Vararatana Kiewpairee 3) Dr. Garndar Thaipanich. Academic Year: 2009.

91 pp. Keywords : Decision Making , Personal Computer

Abstract

The purposes of this research were to study the factors influencing decision making to buy personal computer at Grand Bangkhae and to compare the factors influencing decision making to buy personal computer, classified by demographic traits. There were 300 samples. The questionnaire was used as a research tool. The statistical data was analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test and analysis of variance.

The research results were to conclude that the overall factors influencing decision making to buy personal computer of customers was at medium level. In consideration of other factors were that the customers's decision making towards distribution channel and services were at the highest level and the product, price and promotion were at the medium level. The comparion result of mean for the factors influencing decision making to buy personal computer classified by demographic traits with different sex, age and education do not correlate the different factors at significant level. The overall different occupations factor do correlate the different factors influencing decision making to buy personal computer with statistical difference at significant level of 0.01.

Student's signature.....

Term paper advisors' signature 1.....2.....3.....