

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ กลุ่มอ้างอิง การส่งเสริมการขายและความตั้งใจซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวณิณี หอสถิตย์กุล

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ

คณะกรรมการสอบการันันคว่ำแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิสมัย วิบูลย์สวัสดิ์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ดร.ณรงค์ศักดิ์ จันทร์นวล

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์กรรณิการ์ ภูประเสริฐ

กรรมการ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง และความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการขายกับความตั้งใจซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ (2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้และไม่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็มที่เกี่ยวข้องกับ ทัศนคติ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงและความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการขายในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ข้อมูลเก็บรวบรวมจากกลุ่มผู้บริโภค 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบวัด 4 ฉบับ คือ 1) ทัศนคติของผู้บริโภคต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม 2) อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง 3) ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการขาย 4) ความตั้งใจซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและสองทาง

ผลการวิจัยพบดังนี้

- 1.ทัศนคติของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- 2.อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- 3.ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- 4.ผู้บริโภคที่ใช้และไม่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็มมีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านทัศนคติ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง และความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สำหรับตัวแปรด้านเพศและอายุนั้นมีความแตกต่างเฉพาะปัจจัยด้านทัศนคติ

Independent Study Title	The Relationships among Attitudes, Reference Group and Sales Promotion with Intention to Purchase Mobile Telephone of Consumers in Amphoe Muang Chiang Mai		
Author	Miss Nalinee Horsatitkul		
Master of Science	Industrial and Organizational Psychology		
Examining Committee	Assistant Professor Pisamai Wibulwasdi	Chairman	
	Lecturer Dr.Narongsak Chunnual	Member	
	Assistant Professor Kannikar Bhuprasert	Member	

Abstract

The purposes of this research were (1) to study the relationships among attitudes, influence of reference group and satisfaction of sales promotion with intention to purchase digital GSM mobile telephone of consumers in Amphoe Muang Chiang Mai. (2) to compare the differences between the digital GSM mobile telephone consumers and non consumers on attitudes, influence of reference group and satisfaction of sales promotion in Amphoe Muang Chiang Mai. Data were collected from sample of 400 consumers. The research instrument consisted of a questionnaire and 4 measures; 1) consumer's attitude toward digital GSM mobile telephone 2) influence of reference group 3) satisfaction of sales promotion 4) intention to purchase digital GSM mobile telephone.

Statistical analyses were performed using Pearson's product-moment correlation coefficients, One-way ANOVA and Two-way ANOVA.

The results were as follows :

1. Consumer attitudes were positively correlated with intention to purchase GSM mobile telephone at .01 level of significance.

2. Influence of reference group was positively correlated with intention to purchase GSM mobile telephone at .01 level of significance.

3. Satisfaction of sales promotion was positively correlated with intention to purchase GSM mobile telephone at .01 level of significance.

4. GSM mobile telephone consumers and non consumers were different on these factors; attitudes, influence of reference group and satisfaction of sales promotion at .01 level of significance. Sex and age were significantly different only on factor of attitudes.