

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ
คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดลำปาง

ผู้เขียน

นางสาวพจนพร วงศ์วรรณ

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.วินัส ฤาชัย

ประธานกรรมการ

ผศ.ดร.ปิยะลักษณ์ พุททวงศ์

กรรมการ

อ.กัณฑ์สินี กัณฑ์วงษ์วาร

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษา มี 3 วัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง (2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของ ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง และ (3) เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์แบบมีแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 4 อาชีพ ๆ ละ 50 ราย ได้แก่ กลุ่มอาชีพ นักเรียนนักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบอาชีพส่วนตัว/เจ้าของกิจการ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การทดสอบไคสแควร์ และการเรียงลำดับความสำคัญ

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการใช้งานคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในงานพิมพ์ โดยมีความถี่ในการใช้งานทุกวัน วันละ 2-4 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 06.01-12.00 น. และใช้ในสถานที่ทำงานมากที่สุด มีเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งาน ซึ่งจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้จำนวน 1 เครื่อง และนิยมยี่ห้อเอเซอร์ สถานที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นร้านคอมพิวเตอร์ตามศูนย์การค้าและซื้อเป็นเงินสด โดยคำนึงถึง

ประโยชน์และคุณสมบัติพิเศษของเครื่องคอมพิวเตอร์ มีการคิดที่จะเปลี่ยนเครื่องคอมพิวเตอร์ใหม่ หากเครื่องเดิมชำรุด เสียหายหรือหมดอายุการใช้งานตามระยะเวลา

จากการทดสอบไคสแควร์ของพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า วัตถุประสงค์การใช้งานมีความสัมพันธ์กับอายุเพียงอย่างเดียว ในขณะที่ความถี่ในการใช้งานคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ช่วงเวลาในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล สถานที่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และการมีคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานไม่มีความสัมพันธ์กับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล พบว่า ทางด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ที่มีคอมพิวเตอร์ที่มีผลมากที่สุดคือมีการอบรมการใช้งาน เบื้องต้น สำหรับกลุ่มที่ไม่มีคอมพิวเตอร์ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือระยะเวลารับประกัน ผลทางด้านปัจจัยด้านราคาของผู้ที่มีคอมพิวเตอร์ พบว่ามีปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ราคาตัวเครื่องคอมพิวเตอร์ สำหรับกลุ่มที่ไม่มีคอมพิวเตอร์ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ส่วนลด การเป็นสมาชิก ผลทางด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ที่มีและไม่มีคอมพิวเตอร์ที่มีผลมากที่สุดคือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง ผลทางด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ที่มีคอมพิวเตอร์ที่มีผลมากที่สุดคือ การลดราคา สำหรับกลุ่มที่ไม่มีคอมพิวเตอร์พบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ การโฆษณา ทางใบปลิว, แผ่นพับ ผลทางด้านปัจจัยด้านภายนอกอื่นๆของผู้ที่มีคอมพิวเตอร์ที่มีผลมากที่สุดคือ การที่คอมพิวเตอร์มีราคาถูกลง สำหรับกลุ่มที่ไม่มีคอมพิวเตอร์พบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ความนิยมใช้คอมพิวเตอร์เพื่อความบันเทิง ภายในบ้าน

ผลการศึกษาด้านปัญหาการใช้งาน กลุ่มผู้มีและไม่มีคอมพิวเตอร์ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัญหาเครื่องเสียบ่อย ส่วนทางด้านข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน กลุ่มผู้มีคอมพิวเตอร์ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การฝึกอบรมก่อนการซื้อ สำหรับผู้ที่ไม่มีคอมพิวเตอร์ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การมีเครื่องสำรองใช้เมื่อเครื่องเสีย

Independent Study Title	Factors Affecting Consumers' Purchasing Decision for Personal Computer in Mueang District, Lampang Province
Author	Miss Photjanaporn Wongwan
Degree	Master of Economics
Independent Study Advisory Committee	
	Assoc. Prof. Dr. Venus Rauechai Chairperson
	Asst. Prof. Dr. Piyaluk Buddhawongsa Member
	Lect. Kansinee Guntawongwan Member

ABSTRACT

This study has three objectives : (1) to study utilization behavior of personal computer (PC) users in Mueang District of Lampang Province.(2) to study the factors influencing buying decision of personal computer (PC) users.(3) to study the problems and advices of personal computer (PC) users as well.

Primary data and information were collected by questionnaire interview of 50 samples each of four occupational groups including pupil/student, private business employee, government agency/enterprise workers, and self-employed, person. Analyses were based descriptive statistics, Chi-square test, and priority ranking results.

On utilization behavior, it was found that most samples under study used PC for typing purpose, everyday, 2-4 hours per day, during 06.01-12.00 a.m., at the workplace or office, had one PC for used preferably Acer brand, generally bought PC from computer shop in shopping center with cash considered the usefulness and special features of PC when making buying

decision, and contemplated to get a new PC if the old one becomes out-of-order or no longer in working life.

The Chi-square test suggested the relationship existed between the following sets of independent and dependent variable: PC using purpose related just only the age of PC user; PC using frequency, time duration, location and owning a PC are not related to age, and education, occupation, income and sex.

The study on buying decision was made for two groups PC owners and non-PC owners. The most influential aspect of product factor was basic training for PC owners. But guarantee period for non-PC owners. The most crucial consideration in price factor was the price level itself for PC owners and discount for membership for non-PC owners. Good reputation computer shop uses the most important element of distribution factor for both PC and non-PC owners. In promotion factor, PC owners took price reduction as the most influential while non-PC owners regarded the advertisement through leaflets or brochures. Other external factor affecting buying decision most for PC owners was the cheaper compiler prices and for non-PC owners was the use of PC for home entertainment.

The primary problem or concern for both groups appeared to be the frequent malfunctioning of the machine. For advice, The PC-owners gave priority importance to pre-purchase training while the non-PC owners addressed the availability of a stand by set for use in case the existing PC go out-of-order.