

ปัจจัยการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อ BlackBerry
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

Marketing Factors Relating to "BlackBerry" Purchasing Behavior of Consumer in
Bangkok Metropolitan Areas

วารกรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา^{1*} และ สมพร ปานยินดี²

^{1*}มหาวิทยาลัยสยาม กรุงเทพมหานคร E-mail : dafish-morent@hotmail.com

²มหาวิทยาลัยสยาม กรุงเทพมหานคร E-mail : sompone_pyd@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อ BlackBerry ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ BlackBerry ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 22 ปี เป็นนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน สำหรับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์นั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของความโดดเด่นของรูปลักษณ์และขนาดของโทรศัพท์มากที่สุด ปัจจัยด้านราคา พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของความเหมาะสมของราคากับคุณสมบัติมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้ออื่นที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการติดต่อบริการมากที่สุด และสำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการแจกของสมนาคุณมากที่สุด

คำสำคัญ : ปัจจัยการตลาด พฤติกรรมการซื้อ

Abstract

The objectives of this research are to study consumers' purchasing behavior of cellular phones, "BlackBerry" in Bangkok Metropolitan areas and marketing factors which affect the purchasing behavior by means of questionnaire. The survey covers 400 representative samples of the consumers. Descriptive analysis, mean, standard deviation and Pearson's correlation coefficient are used as statistical tools in this research. The results show that most of respondents are female undergraduate students of 22 years old in average. Their average monthly income is 5,000 – 10,000 bahts. The marketing factors that mostly affects "BlackBerry" purchasing behavior, are the attraction of the configuration and size of the product and the reasonableness of the price which is competitive with that other brands. For place factor, the respondents emphasize the importance of convenience of shop location and its proximity. And for promotion factor, the respondents emphasize the importance of giveaways.

Keyword : marketing factor , purchasing behavior