

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือก
ซื้อโปรแกรมประยุกต์บนสมาร์ทโฟน

ผู้เขียน

นายณัฐพล บาระมีชัย

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เจริญประเสริฐ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกซื้อโปรแกรมประยุกต์บนสมาร์ทโฟน โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ที่ใช้สมาร์ทโฟนในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยใช้งานโปรแกรมประยุกต์มาก่อน จำนวน 500 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบเชิงเส้น (Linear Regression) โดยวิเคราะห์แยกตามประเภทของโปรแกรมประยุกต์ คือ โปรแกรมประยุกต์ประเภทเพื่อการใช้งาน และโปรแกรมประยุกต์ประเภทโปรแกรมเพื่อความบันเทิง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีประสบการณ์การใช้งานโปรแกรมประยุกต์น้อยกว่า 1 ปี

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุดคือ ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำที่สุดคือ ปัจจัยมูลค่าราคา จากการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบเชิงเส้นเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับความตั้งใจในการซื้อโปรแกรมประยุกต์ และความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการซื้อโปรแกรมประยุกต์กับการซื้อโปรแกรมประยุกต์ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อโปรแกรมประยุกต์ประเภทโปรแกรมเพื่อการใช้งาน คือ ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อโปรแกรมประยุกต์ประเภทโปรแกรม

เพื่อความบันเทิง คือ ปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยอิทธิพลของสังคม โดยปัจจัยทางการตลาดมี
น้ำหนักมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยอิทธิพลของสังคม ความตั้งใจในการซื้อโปรแกรมประยุกต์มี
อิทธิพลต่อการซื้อโปรแกรมประยุกต์ทั้งสองประเภท โดยหากจำแนกตามประเภทของโปรแกรม
ประยุกต์ที่ใช้ในการศึกษา พบว่า ความตั้งใจในการซื้อมีอิทธิพลต่อการซื้อโปรแกรมประยุกต์
ประเภทโปรแกรมเพื่อความบันเทิงมากกว่าการซื้อโปรแกรมประยุกต์ประเภทโปรแกรมเพื่อการใช้
งาน

Independent Study Title	Factors Affecting Users in Chiang Mai Province Towards Buying Application on Smart Phones
Author	Mr. Nataphol Baramichai
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Associate Professor Dr.Nittaya Jariangprasert

ABSTRACT

This independent study aims to study the factors affecting users in Chiang Mai province towards buying application on smart phones. The subjects for this independent study consisted of 500 smart phone users who have experience in using application. Questionnaires are used to collect data and statistics used to analyze the data are including frequency, percentage mean and linear regression

The results of the study shown that most of the respondents were students, educated to Bachelor's degree, have monthly income less than 10,000 baths and have experience of using smart phone application less than 1 year.

The factor with the highest average perception score was hedonic motivation while the factor with the lowest average perception score was price value factor. From the analysis based on linear regression, it was found that factor that has positive effect on buying behavior practical application is marketing factor, and factors that have positive effect on buying behavior entertain application are marketing factor and social influence. Intention to buy has positive effect on buying behavior on both practical and entertain application, but it was found that intention to buy have more positive effect on entertain application buying behavior.