

## บทคัดย่อ

### วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
ผู้จัดทำ	: นางสาวสุพิมล บุญท้าวแก้ว
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร. พนม พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กุมภาพันธ์ 2546
จำนวนหน้า	: 58 หน้า

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาด้วยการคัดเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ 300 ราย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี การศึกษาระดับปวส. หรืออนุปริญญา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่ใช้ติดต่อเพื่อนในกลุ่ม รองลงมาใช้ติดต่อทางบ้านหรือญาติ เหตุผลที่ใช้โทรศัพท์มือถือเพราะความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ส่วนใหญ่มีโทรศัพท์มือถือไม่เกิน 1 เครื่อง ยี่ห้อ Nokia และเป็นระบบ One-2-call เพราะความชัดเจนของสัญญาณ รองลงมามีโปรโมชัน ซึ่งซื้อจากร้านจำหน่ายโทรศัพท์มือถือในอำเภอเมือง ลำพูน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้เปลี่ยนโทรศัพท์มือถือเลยตั้งแต่ซื้อมา และคิดจะเปลี่ยนทุกครั้งที่คิดว่าโทรศัพท์มือถือที่ใช้อยู่ด้อยประสิทธิภาพ เครื่องเสียหรือขัดข้องบ่อย โดยเปลี่ยนยี่ห้อเดิม คือ Nokia แต่รุ่นใหม่ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน เพราะมีการออกแบบรูปทรงสวยงาม และยังใช้ระบบ One – 2 call เพราะสถานีเครื่องขายนี้นาน ค่าบริการถูก โดยมีเพื่อนและสื่อโฆษณาเป็นผู้ช่วยตัดสินใจในการเปลี่ยนเครื่องใหม่ แต่ยังคงใช้เบอร์เดิม โดยซื้อจากร้านจำหน่ายโทรศัพท์มือถือในอำเภอเมือง ลำพูน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนโทรศัพท์มือถือในระดับมากที่สุด คือ ผลักดันท์ ที่มีความสามารถในการรับ-ส่งสัญญาณ รูปทรงและลูกเล่นของเครื่อง ในระดับมาก ได้แก่ ระบบบริการของร้านจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ การบริการจากบริษัทเจ้าของระบบ

มีพนักงานอธิบายวิธีการใช้ การติดต่อบริษัทสินเชื่อ การประกันเครื่องเมื่อมีปัญหา ด้านพนักงานที่มีความรู้ ทักษะ สามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือได้ดี มีความสุภาพ เรียบร้อย ด้านลักษณะกายภาพร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ ที่มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบเงินเชื่อ มีโทรศัพท์มือถือจำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก ป้ายร้านเห็นชัดเจน การจัดสัดส่วนภายในร้านเป็นระเบียบ สวยงาม และมีการตกแต่งร้านด้วยโทรศัพท์มือถือที่หลากหลาย การส่งเสริมการตลาด มีศูนย์บริการ การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูธแนะนำสินค้า ด้านราคา เครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์เสริม และค่าบริการของระบบโทรศัพท์มีราคาถูก กำหนดเป็นมาตรฐาน ราคี่ปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์มือถือจำนวนมาก หาซื้อได้ง่าย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ การจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ ควรพิจารณาถึงระบบการบริการของร้านค้าที่ครอบคลุมทุกระบบบริการ เพราะการเปลี่ยนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเปลี่ยนทุกครั้งทีโทรศัพท์ด้อยประสิทธิภาพ และใช้ยี่ห้อเดิมแต่รุ่นใหม่ที่ยอดนิยมในปัจจุบันร้านค้าที่จำหน่ายโทรศัพท์มือถือไม่จำเป็นต้องเป็นศูนย์จำหน่ายของโทรศัพท์ ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัจจัยการตลาดและปัจจัยเสริมอื่น ๆ ที่เป็นแรงจูงใจต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือเปรียบเทียบระบบโทรศัพท์ตามบ้าน และบริการในระบบ PCT