

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมการซื้อวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่ของผู้บริโภค
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน

นายศุภณัฐ ชัยปิ่นชนะ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาการบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์อรรถ

มณีสงฆ์

ประธานกรรมการ

รองศาสตราจารย์ธานี

ศิยพันธ์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์คารรัตน์

บุญเฉลียว

กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง “พฤติกรรมการซื้อวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่ของผู้บริโภคใน
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง

1. พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่
2. ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบริการวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่
3. ปัญหาในการใช้บริการวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ซื้อวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง กับการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย และใช้แบบสอบถาม
เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์
โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS / PC + โดยหาค่าอัตราร้อยละ ค่ามัธยฐาน ตารางแจกแจงความถี่ การทดสอบ
ไคร์สแควร์ ผลการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานสรุปได้ดังนี้

ศุภณัฐ ชัยปิ่นชนะ. 2538. “พฤติกรรมการซื้อวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ =

Buying Behavior for Pedger Phone in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai.” วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- พฤติกรรมการซื้อวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในกลุ่มอาชีพนักธุรกิจจะเลือกซื้อวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่ยี่ห้อโพลีลิ่งก์รุ่นภาษาไทยมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการซื้อเพื่อทำธุรกิจ ราคาที่ซื้ออยู่ในระดับราคา 3,501-5,500 บาท กลุ่มข้าราชการจะเลือกซื้อวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่ยี่ห้อโพลีลิ่งก์รุ่นภาษาไทย โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการซื้อเพื่อใช้ส่วนตัวราคาซื้ออยู่ในระดับราคา 3,501-5,500 บาท กลุ่มแม่บ้านและนักศึกษาจะเลือกซื้อวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่ยี่ห้อโพลีลิ่งก์ และฮัทชิสัน เพจโฟนรุ่นภาษาไทยมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการซื้อเพื่อส่วนตัว ราคาที่ซื้ออยู่ในระดับราคา 5,501-7,500 บาท

- ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่ของกลุ่มนักธุรกิจที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งสำนักงานขายอยู่ใกล้และสะดวกในการติดต่อ ส่วนปัจจัยด้านลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ การมีส่วนลดพิเศษเป็นคูปองในการซื้อเป็นลำดับรองลงมา กลุ่มข้าราชการ ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่มากที่สุดได้แก่ ปัจจัยการมีส่วนลดพิเศษ แจกแถม ชิงโชค และปัจจัยด้านตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์จะเป็นลำดับรองลงมา กลุ่มแม่บ้านและนักศึกษา ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่มากที่สุดได้แก่ ปัจจัยการมีส่วนพิเศษเป็นคูปอง และปัจจัยการแจกแถม ชิงโชคจะเป็นปัจจัยลำดับรองลงมา

- ปัญหาในการใช้บริการวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่ ที่พบมากที่สุดในกลุ่มนักธุรกิจเป็นปัญหาสถานีลูกข่ายไม่ครอบคลุมพื้นที่ ทำให้ไม่สะดวกในการติดต่อใช้บริการ ส่วนในกลุ่มข้าราชการและกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มนักศึกษา ปัญหาที่พบมากที่สุดเป็นปัญหาค่าบริการรายเดือนแพง

ศุภจันท์ ชัยปิ่นชนะ. 2538. “พฤติกรรมการซื้อวิทยุติดตามตัวเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ =

Buying Behavior for Pedger Phone in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.