

## บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์

พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2543

โดย

นางสาวอารัญญา อภัยเทศพานิช

มีนาคม 2544

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดลกร ชวีญาคำ

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และสหกรณ์การเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่  
วัตถุประสงค์เพื่อ อธิบายพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ และอธิบายความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science)

ผลการศึกษาลักษณะทั่วไปทางประชากรของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ มีสถานภาพโสด มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว ตั้งแต่ 2 - 4 คน มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 7,001 - 12,000 บาท

พฤติกรรมในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนมากใช้บริการของระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่นิยมซื้อได้แก่ โนเกีย ราคาต่อเครื่อง (รวมค่าจดทะเบียนและค่าเลขหมาย) ต่ำกว่า 15,001 บาท เกือบ 90% ในการชำระเงินซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนมากชำระด้วยเงินสด ผู้บริโภคที่เลือกจ่ายชำระด้วยเงินผ่อน จะเลือกเงื่อนไขในการชำระนาน 12 เดือน โดยผ่อนชำระประมาณเดือนละต่ำกว่า 2,001 บาท มีเหตุผลในการซื้อเพื่อความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยแหล่งที่มาของข้อมูลจากผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ ระยะเวลาที่เคยใช้โทรศัพท์อยู่ในระหว่าง 1ปีขึ้นไป - 3 ปี

ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่คือ การติดต่อสื่อสารได้ฉับไว แก้ไขปัญหายุ่งยาก  
ฉุกเฉิน ความสะดวกในชีวิตประจำวัน และคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ

ความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคโทรศัพท์  
เคลื่อนที่ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่ติดต่อการใช้บริการ ได้แก่ อัตราการโทรติด-โทรเข้า, อัตราการ  
โทรติด-โทรออก, ความสะดวกในการใช้งาน, ความสะดวกในการพกพา, ระบบการป้องกันการ  
ลักลอบจูน, เทคโนโลยีประสิทธิภาพ, จำนวนสถานที่/ความสะดวกในการให้บริการชำระ  
ค่าบริการ, การมีศูนย์บริการซ่อม ส่วนผู้บริโภคมีความพึงพอใจที่แย่งต่อการใช้บริการ ได้แก่ อัตรา  
ค่าบริการรายเดือน (500 บาทต่อเดือน)

การทดสอบสมมติฐานที่สามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์  
เคลื่อนที่ตามปัจจัยทางการตลาดบางตัวที่แตกต่างกัน  
การทดสอบสมมติฐานที่สี่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลมีผล  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาของ  
พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างในเรื่องค่าบริการรายเดือน, ส  
ขาย (promotion) อาชีพของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่าง  
ในเรื่องการมีศูนย์บริการซ่อม สถานภาพสมรสของผู้บริโภคโ  
การมีศูนย์บริการซ่อมเป็นปัจจัยค่าบริการรายเดือน และการมี

## ABSTRACT

Abstract of thesis submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in Cooperative Economics

CONSUMERS' MOBILE PHONE PURCHASING BEHAVIOR  
IN CHIANG MAI PROVINCE, YEAR 2000

By

ARANYA APAITHEDPANICH

MARCH 2001

Chairman                      Assistant Professor Donlakom Khuankum

Department/ Faculty: Department of Agricultural Economics and Cooperatives.  
Faculty of Agricultural Business

The purpose of this research was to find out behavior of consumers in purchasing mobile phones in Chiang Mai province and their satisfaction with using mobile phones. The data was collected by means of questionnaires from 400 samples of mobile phone users obtained by accidental sampling and analyzed with the use of the SPSS for Windows.

The results showed that most users of mobile phones were male, 25-34 years old, single, had completed a bachelor level of education, worked as government employees, had 2-4 family members, and earned a monthly income of 7,001-12,000 baht.

Most consumers purchased the Digital GSM, on cash. The most popular brand was Nokia. The price (including registration and phone number) was less than 15,001 baht. Those purchasing on installment preferred 12 monthly installments, each of which was less than 2,001 baht. The reason for using mobile phones was convenience.

They received information about mobile phones from newspapers. They have used mobile phones for 1-3 years. Benefits of using mobile phones were rapid communication, rectifying emergency problems, and convenience in both daily life and business.

Most of the consumers were satisfied with using mobile phones in the following aspects: calling, receiving calls, convenience in using and carrying, protection from SIS (subscriber identity security), efficiency/technology, and services of payment and repair. They had low satisfaction with the monthly service rate (500 baht per month).

The hypothesis test on the consumers' mobile phone purchasing behavior in Chiang Mai province revealed differences in some marketing factors.

The results also revealed that differences in education level caused differences in satisfaction with monthly service rate, place and promotion; differences in occupation, differences in satisfaction with repair centers; and differences in marital status, differences in satisfaction with monthly service rate and repair centers.

The main problems in using mobile phones in Chiang Mai province were accidental disconnection, inability to make contact in some areas and wave interference during communication.