

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ และปัญหาของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย ในการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อพบว่า ผู้ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.0) มีสถานภาพการสมรส โสด (ร้อยละ 64.5) มีอายุน้อยกว่า 25 ปี (ร้อยละ 37.5) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 64.8) และมีอาชีพต่าง ๆ ดังนี้ นักศึกษา (ร้อยละ 20) กิจการส่วนตัว (ร้อยละ 20) ข้าราชการ (ร้อยละ 20) พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 20) ลูกจ้างบริษัทเอกชน (ร้อยละ 20) และรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท (ร้อยละ 24.0) และใช้โทรศัพท์ระบบ NMT + GSM (ร้อยละ 73.3) ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์ คือ 6-12 เดือน (ร้อยละ 30.3) ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ราคา 2,501 – 5,000 บาท (ร้อยละ 36.5) เหตุผลที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ มีพื้นที่ให้บริการมากที่สุด (ร้อยละ 62.0)

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

แยกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

##### วัตถุประสงค์ที่หนึ่ง ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่คือ ราคา และปัจจัยทางด้านตัวสินค้าที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ รูปร่าง ขนาด และรูปร่างขนาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ รูปร่างขนาดเล็ก น้ำหนักเบา เทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ใช้ง่าย มีความยุ่งยากในการใช้น้อย ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่คือ การลดค่าบริการ หรือช่วงโทรฟรี ปัจจัยสำคัญจากสื่อที่ทำให้กลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่คือ สื่อโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา และบริการหลังการขายที่มีความสำคัญในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่คือ มีศูนย์บริการมาก ทำให้ติดต่อง่ายและเมื่อแยกตามกลุ่มอาชีพ กลุ่มอายุ กลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบต่าง ๆ และระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า อาชีพของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์

กับปัจจัยทางด้านรูปร่างขนาด และปัจจัยสำคัญจากสื่อโฆษณา อายุของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางด้านตัวสินค้าและรูปร่างขนาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดและการบริการหลังการขาย ระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับรูปร่างขนาดของโทรศัพท์

ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับรูปร่างขนาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ เทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นอันดับที่ 2 และปัจจัยทางด้านตัวสินค้า เป็นอันดับที่ 3

วัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อศึกษาถึงปัญหาของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่

ลำดับของปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่จะพบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่แบตเตอรี่หมดเร็ว อันดับที่ 1 รองลงมาคือ ปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ช่องสัญญาณไม่เพียงพอ เป็นอันดับที่ 2 ต่อมาเป็นปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่โทรเข้า – ออกงาก เป็นอันดับที่ 3 ต่อมาเป็นปัญหาในการติดต่อกับศูนย์บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่คิดค่าบริการแพง เป็นอันดับที่ 4 และปัญหาในการใช้บริการหลังการขายอะไหล่ราคาแพงเกินไป เป็นอันดับที่ 5

## 5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ และปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ควรพัฒนาด้านเทคโนโลยีและบริการรูปแบบใหม่ ๆ ไปพร้อมกับรูปร่าง ขนาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่
2. การให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริการหลังการขายให้กับลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น กรณีที่ลูกค้าต้องนำเครื่องเข้าตรวจสอบ ควรจะมีบริการเครื่องทดแทนให้ใช้ชั่วคราวแก่ลูกค้า และควรมีศูนย์บริการเคลื่อนที่ เพื่อให้บริการตรวจสอบโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้กับลูกค้าให้ทั่วถึง
3. ควรมีการปรับปรุงในด้านคุณภาพของแบตเตอรี่
4. พื้นที่บริการเครือข่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับธุรกิจให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้น ควรจะขยายและพัฒนาเครือข่ายให้ครอบคลุมพื้นที่ให้มากขึ้น

5. การประชาสัมพันธ์ควรผ่านสื่อโฆษณา เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา สิ่งเหล่านั้นมีส่วนสำคัญและมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

6. บริการหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญมาก ดังนั้นควรมีการขยายศูนย์บริการให้มากกว่านี้

### 5.3 แนวทางการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เลือกมาเพียง 5 อาชีพ อาชีพละ 80 ราย ซึ่งอาจจะครอบคลุมไม่มากพอที่จะนำมาเป็นข้อสรุปของข้อมูลในภาพรวมของทั้งจังหวัดได้ และควรขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างให้มากกว่านี้ รวมทั้งระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ควรจะขยายระยะเวลาให้ยาวขึ้น