

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

**ผู้เขียน** นายองอาจ ดอกไม้แก้ว

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รวิพร กุญชรวิทย์ไพศาล

ประธานกรรมการ

อาจารย์ เอก บุญเจือ

กรรมการ

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัล จีเอสเอ็มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวนทั้งสิ้น 200 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยวิธีการทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และการวิเคราะห์ตารางไขว้

ผลการวิเคราะห์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท

พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อเพื่อนๆ และคนรู้จัก สาเหตุที่ใช้เพราะความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร โดยมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครองคนละ 1 เครื่อง ยี่ห้อที่ใช้มากที่สุดคือ NOKIA และรองลงมาได้แก่ MOTOROLA มากกว่ายี่ห้ออื่น ระบบที่ใช้คือ GSM Advance เหตุผลเพราะความชัดเจนของสัญญาณ โดยซื้อจากร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ และพิจารณาซื้อเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่จากลักษณะเด่นของรูปร่างและขนาดของโทรศัพท์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า โดยภาพรวมทุกปัจจัยมีผลอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา รองลงมา คือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ คือ ราคาค่าบริการของระบบ รองลงมา คือ ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากตามลำดับ คือ เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย รองลงมา คือ มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากตามลำดับ คือ ได้แก่ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ รองลงมาคือ โปรโมชันของระบบ

**Independent Study Title** Factors Effecting Buyer's Decision of Selecting the Digital GSM System Mobile Telephone in Muang District, Chiang Mai Province

**Author** Mr. Ongart Dokmaikaew

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Committee**

Assistant Professor Dr.Rawiporn Koojaroenpaisan Chairperson

Lecturer Ek Bunchua

Member

### **Abstract**

The objective of this independent study was to study factors effecting buyer's decision of selecting the digital GSM system mobile telephone in Muang District , Chaing Mai Province. Data were collected from 200 respondents by using questionnaire. The collected data were analyzed by frequency , percentage , mean and cross – tabulation.

The results found that most respondents were female , age between 26-35 years old , working in a private company , with bachelor's degree and earned 10,001-20,000 baht per month.

Regarding to mobile purchasing behavior, most respondents used the mobile telephone to contact friends and family. The reason of using the mobile telephone was convenience in communication. Most had only one mobile telephone. The most popular brands were NOKIA and MOTOROLA. The GSM Advance system was the most popular because of the clear signal. Most respondents bought the mobile telephone from the dealer shops in Chiang Mai Province and their buying reasons were shape and size of the mobile telephone.

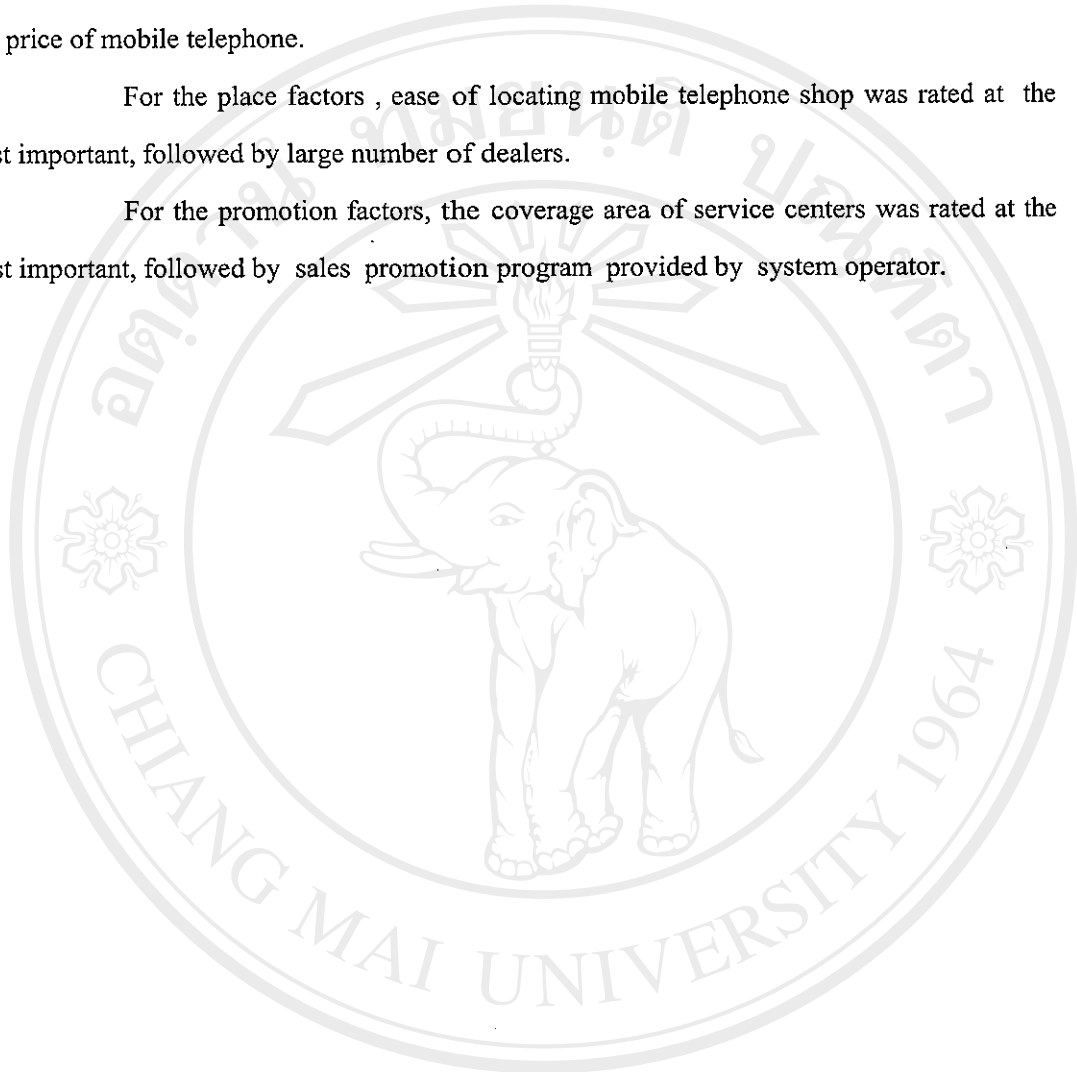
The marketing mix factors were rated at a high level of average importance as follows : price , promotion, product and place.

For the product factors, the guarantee of changing the mobile telephone and its accessories was rated at the highest important, followed by the signal reception ability.

For the price factors, the airtime fee was rated at the highest important, followed by the price of mobile telephone.

For the place factors, ease of locating mobile telephone shop was rated at the highest important, followed by large number of dealers.

For the promotion factors, the coverage area of service centers was rated at the highest important, followed by sales promotion program provided by system operator.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved