

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งถูกคัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวนทั้งสิ้น 200 ราย นำมาสรุป อภิปรายผล นำเสนอข้อค้นพบ และให้ข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย

- ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ข้อมูลพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่
- ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม
- ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการศึกษา

ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.5 และเป็นชาย ร้อยละ 45.5 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี ร้อยละ 48.5 รองลงมามีอายุระหว่าง 16 – 25 ปี ร้อยละ 24.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61.5 รองลงมาเป็นระดับปวส. หรืออนุปริญญา ร้อยละ 17.0 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 33.5 รองลงมามีอาชีพธุรกิจส่วนตัว หรืออาชีพอิสระ ร้อยละ 23.0 มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 42.5 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 22.0

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อเพื่อนๆ และคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 86.0 สาเหตุที่ใช้เพราะความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ร้อยละ 92.0 ส่วนใหญ่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครองจำนวน 1

เครื่อง ร้อยละ 70.0 ยี่ห้อที่ใช้มากที่สุดคือ NOKIA ร้อยละ 57.0 รองลงมาเป็นยี่ห้อ MOTOROLA ร้อยละ 17.0 ใช้ระบบ GSM Advance มากที่สุด ร้อยละ 63.5 เหตุผลเพราะความชัดเจนของ สัญญาณ และ โปรโมชัน ตามลำดับ โดยซื้อจากร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วไปในจังหวัด เชียงใหม่มากที่สุด การตัดสินใจซื้อจะพิจารณาจากลักษณะเด่นของรูปร่างและขนาดของโทรศัพท์

ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็มของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า โดยภาพรวมทุกปัจจัยมีผลอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.97 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.95 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.90 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 55 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ
ปัจจัยด้านราคา	3.97	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.95	มาก
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.90	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.60	มาก

1) ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าปัจจัยทางการตลาดด้านอื่น ทั้งนี้ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ที่มีผลระดับมาก รองลงมา คือ ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม

เมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมีผลมาก คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม

เมื่อจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมีผลมาก คือราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์เป็นลำดับแรก รองลงมา เป็นราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมีผลมาก โดยผู้จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่าให้ความสำคัญกับราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ และราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ เป็นลำดับแรกเท่ากัน รองลงมาเป็นสามารถต่อรองราคาได้ และมีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อในระดับที่เท่ากัน ผู้จบการศึกษาระดับปวส.หรืออนุปริญญาให้ความสำคัญกับราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ และราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ เป็นลำดับแรกเท่ากัน รองลงมาเป็นราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม และสามารถต่อรองราคาได้ตามลำดับ ผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม ตามลำดับ ผู้จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญกับราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม และราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมีผลมาก โดยกลุ่มอาชีพข้าราชการ พนักงานบริษัท นักเรียน นักศึกษา และอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญกับราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ และราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ เป็นลำดับแรกเท่ากัน รองลงมาเป็นราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม กลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ และพ่อบ้าน แม่บ้านให้ความสำคัญกับราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม อยู่ในระดับที่เท่ากัน

เมื่อจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมีผลมาก โดยกลุ่มรายได้ตั้งแต่ 5,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม กลุ่มรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับราคาค่าบริการของระบบ โทรศัพท์เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และสามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ กลุ่มรายได้ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับกับราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ และราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม และราคา

ค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail และราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ถูกกำหนดเป็นมาตรฐาน

2) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับรองลงมา ทั้งนี้การมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ที่มีผลระดับมาก รองลงมา คือ โพรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า

เมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก คือการมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็น โพรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก

เมื่อจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก และในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ช่วงอายุไม่เกิน 25 ปีให้ความสำคัญกับ โพรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก เป็นลำดับแรกรองลงมาเป็นการมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า ตามลำดับ ช่วงอายุตั้งแต่ 26 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับการมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็น โพรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก ผู้จบการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญาให้ความสำคัญกับ โพรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นการมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า ตามลำดับ ผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับการมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็น โพรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมากและมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้าในระดับที่เท่ากัน ผู้จบการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปให้ความสำคัญกับ โพรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมากและการมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่เป็นลำดับแรกเท่ากัน รองลงมาเป็นพนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อและพนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี

เมื่อจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก กลุ่มอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และเจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับการมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นโปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ให้มีให้เลือกมาก และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า ตามลำดับ กลุ่มอาชีพพ่อบ้านแม่บ้านให้ความสำคัญกับการมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ให้มีให้เลือกมากและมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้าในระดับที่เท่ากัน กลุ่มอาชีพนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญกับ โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ให้มีให้เลือกมากที่สุด รองลงมาเป็นมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และพนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ ตามลำดับ กลุ่มอาชีพอิสระให้ความสำคัญกับ โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ให้มีให้เลือกมากที่สุด รองลงมาเป็นมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก กลุ่มรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับ โปรโมชันของระบบ โทรศัพท์ที่ให้มีให้เลือกมากที่สุด รองลงมาเป็นการมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า ตามลำดับ กลุ่มรายได้ 5,001-10,000 บาท 20,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับการมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ รองลงมาเป็นโปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ให้มีให้เลือกมากที่สุด และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า ตามลำดับ กลุ่มรายได้ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และพนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี เป็นลำดับแรกเท่ากัน รองลงมาเป็นพนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อและพนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตัวเองได้ในระดับที่เท่ากัน และ โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ให้มีให้เลือกมากที่สุด ตามลำดับ

3) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ในลำดับที่สาม โดยมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา มีผลระดับมาก รองลงมา คือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ

เมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก คือการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตามลำดับ เพศหญิงให้ความสำคัญกับการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหาเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก กลุ่มอายุไม่เกิน 25 ปี และกลุ่มอายุ 36-45 ปีให้ความสำคัญกับความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหาเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และมีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน ตามลำดับ กลุ่มอายุ 26 – 35 ปีให้ความสำคัญกับการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหาเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตามลำดับ กลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก ผู้จบการศึกษาดำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าให้ความสำคัญกับการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหาเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน และรูปทรงของโทรศัพท์ ตามลำดับ กลุ่มผู้จบการศึกษาวส.หรืออนุปริญญาให้ความสำคัญกับการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา และมีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้านเป็นลำดับแรกเช่นกัน รองลงมาเป็นการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตามลำดับ กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ รองลงมาเป็นการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหาเป็นลำดับแรก และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตามลำดับ กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปริญญาโทและสูงกว่าให้ความสำคัญกับความสามารถในการรับสัญญาณของ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นลำดับแรก รองลงมาบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก กลุ่มอาชีพข้าราชการให้ความสำคัญกับความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหาเป็นลำดับแรกเท่ากัน รองลงมาเป็นมีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน และมีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบตามลำดับ กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นมีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน และความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตามลำดับ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหาเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และรองลงมาเป็นการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหาเป็นลำดับแรก และมีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน ตามลำดับ กลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระบบปฏิบัติการของตัวเครื่องเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา และรูปทรงของโทรศัพท์ในระดับที่เท่ากัน กลุ่มอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้านให้ความสำคัญกับความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระบบปฏิบัติการของตัวเครื่องเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตามลำดับ กลุ่มอาชีพนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญกับรูปทรงของโทรศัพท์เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นที่ของเครื่องที่มีความหลากหลายความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบปฏิบัติการตัวเครื่อง และมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา ในระดับที่เท่ากัน กลุ่มอาชีพอิสระให้ความสำคัญกับความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระบบปฏิบัติการตัวเครื่อง เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก กลุ่มรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทให้ความสำคัญกับการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหาเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และมีบริการซ่อม/แก้ไขรหัส

เครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน ในระดับที่เท่ากัน และ บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตามลำดับ กลุ่มรายได้ 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นลำดับแรก รองลงมาบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และมีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน ตามลำดับ กลุ่มรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ กลุ่มรายได้ 20,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และมีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน ตามลำดับ กลุ่มรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และมีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน ตามลำดับ

4) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ในลำดับสุดท้าย ทั้งนี้ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือกมีผลระดับมาก รองลงมา คือ เครื่อง โทรศัพท์ที่หาซื้อได้ง่าย และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก

เมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก เพศชายให้ความสำคัญกับมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือกเป็นลำดับแรก รองลงมา เป็นเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก ตามลำดับ เพศหญิงให้ความสำคัญกับเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่ายเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก กลุ่มอายุไม่เกิน 25 ปี กลุ่มอายุ 26 – 35 ปี และกลุ่มอายุ 36 – 45 ปี ให้ความสำคัญกับมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือกเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นเครื่อง โทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก ตามลำดับ กลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับเครื่องโทรศัพท์หา

ซื้อได้ง่ายเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก กลุ่มผู้จบระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า และกลุ่มผู้จบระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก ตามลำดับ กลุ่มผู้จบระดับปวส.หรืออนุปริญญาให้ความสำคัญกับมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย และมีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน ตามลำดับ กลุ่มผู้จบระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญกับมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และมีเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก กลุ่มอาชีพข้าราชการให้ความสำคัญกับเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก และเป็นร้านค้าตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz ตามลำดับ กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอิสระให้ความสำคัญกับมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือกเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก ตามลำดับ กลุ่มผู้จบระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญกับมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และมีเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย ตามลำดับ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก ตามลำดับ กลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือกเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นมีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน และเป็นร้านค้าตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz ตามลำดับ กลุ่มอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้านให้ความสำคัญกับเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก

เป็นลำดับแรกเท่ากัน กลุ่มอาชีพนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญกับมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย มีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน และร้านค้าสามารถช่วยติดต่อบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที

เมื่อจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญต่อบริษัทจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก กลุ่มผู้มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญกับเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก ตามลำดับ กลุ่มรายได้ 10,001 – 20,000 บาท และตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย ตามลำดับ กลุ่มรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับมีเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็น มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และร้านค้าสามารถช่วยติดต่อบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที ตามลำดับ

แนวโน้มพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 77.0 เคยเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา โดยเปลี่ยนมาแล้วจำนวน 1 เครื่อง โดยมีเหตุผลว่าเครื่องรุ่นใหม่มีฟังก์ชันมากกว่า เครื่องรุ่นใหม่มีขนาดเล็ก และเครื่องที่ใช้อยู่ล้าสมัย การเปลี่ยนเป็นการซื้อเครื่องใหม่ เบอร์เดิม บุคคลที่มีส่วนช่วยตัดสินใจเลือกซื้อส่วนใหญ่เป็นคู่รักหรือแฟน และสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร ร้อยละ 61.5 รองลงมาเป็นโฆษณาในโทรทัศน์ ร้อยละ 52.5 แผ่นพับของร้านค้า ร้อยละ 40.5 ในอีก 1 ปีข้างหน้าผู้บริโภคส่วนใหญ่คาดว่าจะเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ร้อยละ 52.5 โดยจะเลือกซื้อระบบ GSM Advance ร้อยละ 71.0 รองลงมาเป็นระบบ One-2-call ร้อยละ 13.0 และระบบ Hutch ร้อยละ 8.0 สาเหตุที่ทำให้เลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบดังกล่าวเพราะความสามารถในการรับ-ส่งสัญญาณดี ร้อยละ 80.0 รองลงมามีฟังก์ชันการใช้งานมากขึ้น ร้อยละ 50.0 มีบริการหลังการขายดี ร้อยละ 30.5

ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการศึกษา

ผลจากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ หากอภิปรายตามทฤษฎีการเร้าและการตอบสนอง ในรูปของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) มีดังนี้

สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก สอดคล้องกับพงษ์ศักดิ์ ตันวิสุทธิ (2545) ที่ศึกษาความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ การศึกษานี้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริษัทที่ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ สอดคล้องกับพงษ์ศักดิ์ ตันวิสุทธิ (2545) ให้ความสำคัญกับเครื่องโทรศัพท์ต้องมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพสูง มีหลายยี่ห้อ หลายรุ่น หลายแบบ ให้เลือกและความหลากหลายในด้านบริการข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ทันสมัยรวดเร็วเช่นในเรื่อง ข่าวธุรกิจ กีฬา การบันเทิงเป็นต้น และกฤษฎา ทวีประศาสน์ (2538) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 900 ของผู้บริโภคจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ รูปร่างและขนาด เทคโนโลยี การรับประกันคุณภาพ บริการหลังการขาย และตราสินค้า แต่การศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของฉัตรชัย วิบูลย์สิทธิโชค (2545) ในการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยีเว็บ (Wap) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก สอดคล้องกับกฤษฎา ทวีประศาสน์ (2538) ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 900 ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม สอดคล้องกับนภดล บรรีรักษ์ (2546) การตัดสินใจด้านการตั้งราคาขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการดำเนินงานของธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ มีการพิจารณาจากรูปแบบของสินค้า ประเภทและเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นเก่าหรือรุ่นใหม่ ที่ได้นำมาจัดจำหน่ายขณะนั้นๆ ด้วย และ

การศึกษาของนฤภัทร เดชอมรธัญ (2546) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในด้านปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค คือ ส่วนลดเงินสด ราคาอุปกรณ์ มีกล้องหลายระดับราคาให้เลือก และมีการจ่ายด้วยบัตรเครดิต ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของฉัตรชัย วิบูลย์สิทธิโชค (2545) ในการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยีเว็บ (Wap) ปัจจัยด้านราคามีผลในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสูงมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ มีโทรศัพท์ที่ห้อมมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก สอดคล้องกับพงษ์ศักดิ์ ดันวิสุทธิ์ (2545) ที่พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความต้องการระดับมากในเรื่องการจัดรูปแบบสถานที่การบริการให้เป็นสัดส่วน การให้บริการที่สะดวกและรวดเร็วรวมทั้งต้องมีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ นฤภัทร เดชอมรธัญ (2546) ที่พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต้องมีศูนย์ซ่อมจำนวนมาก ร้านที่จำหน่ายตั้งอยู่ในทำเลที่ไปมาสะดวก มีที่จอดรถ และมีป้ายสถานที่ขายชัดเจน ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของฉัตรชัย วิบูลย์สิทธิโชค (2545) ในการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยีเว็บ (Wap) ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลในระดับไม่สำคัญ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสูงมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ โปรโมชันที่ใช้มีให้เลือกมากและมีศูนย์บริการแก้ปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า สอดคล้องกับการศึกษาของฉัตรชัย วิบูลย์สิทธิโชค (2545) การศึกษาของนภคกุล บริรักษ์ (2546) และการศึกษาของพงษ์ศักดิ์ ดันวิสุทธิ์ (2545) ซึ่งได้ระบุว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความต้องการการส่งเสริมการตลาดในระดับมากเรื่อง การรับประกันสินค้าและการตรวจซ่อม พร้อมทั้งการรับแลกเปลี่ยนสินค้า เมื่อสินค้ามีปัญหาหรือบกพร่อง อีกทั้งต้องการให้มีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆเพื่อให้เข้าใจถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทต้องการจะออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด

ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ได้แก่

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อแตกต่างกันตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ โดยเมื่อจำแนกตามเพศ จะมีความแตกต่างกันด้านการส่งเสริมด้านการตลาด จำแนกตามอายุจะมีความแตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษาจะมีความแตกต่างกันตามปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพจะมีความแตกต่างกันตามปัจจัยราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้จะมีความแตกต่างกันตามปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาด

การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) จะเกิดขึ้นจากการมีสิ่งกระตุ้น ได้กระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกนึกคิดและมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ คือ

1. การเลือกผลิตภัณฑ์ ในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริษัทที่ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ
2. การเลือกตราสินค้า ในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ยี่ห้อ NOKIA และ ยี่ห้อ MOTOROLA
3. การเลือกผู้ขาย ในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ร้านจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะร้านที่มี โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวนมากมายหลายรุ่น และยี่ห้อให้เลือก
4. การเลือกเวลาในการซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เครื่องใหม่ในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมา เนื่องจาก เครื่องรุ่นใหม่มีฟังก์ชันมากกว่า รองลงมาคือ เครื่องรุ่นใหม่มีขนาดเล็ก และเครื่องที่ใช้อยู่ล้าสมัย

นอกจากนี้ยังพบว่าผลจากการศึกษาปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่าทุกปัจจัยมีผลในระดับมาก โดยปัจจัยด้านราคามีผลในลำดับแรก รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษากฤษฎา ทวีประศาสน์ (2538) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 900 ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นปัจจัยด้านตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในขณะที่การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาวิทยาลัย

เชียงใหม่ต่อการบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยีเว็บ (WAP) ผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของฉัตรชัย วิบูลย์สิทธิโชค (2545) พบว่า ปัจจัยทางการตลาดทุกปัจจัยมีผลต่อการใช้บริการในระดับปานกลางเท่านั้น

ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัลจีเอสเอ็มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีข้อค้นพบต่อไปนี้

ปัจจัยภายในส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยภายในส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 26 – 35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท

พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อติดต่อกับเพื่อนมากที่สุด รองลงมาคือญาติ และใช้ในธุรกิจส่วนตัว เหตุผลที่ใช้คือความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ส่วนใหญ่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 1 เครื่อง และนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อ NOKIA ระบบ GSM ADVANCE เพราะความชัดเจนของสัญญาณ สถานที่ซื้อส่วนใหญ่นิยมซื้อจากร้านจำหน่ายโทรศัพท์ทั่วไป โดยพิจารณาเลือกจากลักษณะเด่นของรูปร่างและขนาดของโทรศัพท์

ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ คือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และเมื่อทำการพิจารณาผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แล้ว พบว่าปัจจัยย่อยของปัจจัยทางการตลาดแต่ละปัจจัยมีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ในลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนี้ โดยเมื่อจำแนกตามเพศ จะมีความแตกต่างกันด้านการส่งเสริมด้านการตลาด จำแนกตามอายุจะมีความแตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษาจะมีความแตกต่างกันตามปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพจะมีความแตกต่างกันตามปัจจัยราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัด

จำหน่าย จำแนกตามรายได้จะมีความแตกต่างกันตามปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาด

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ พบว่ามีความแตกต่างตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 56 สรุปข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลมากที่สุดต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศชาย	เพศหญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา
ด้านราคา	ราคาค่าบริการของระบบ	ราคาค่าบริการของระบบ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีโทรศัพท์เคลื่อนที่มากมายหลายรุ่น และมียี่ห้อให้เลือก	เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่

ตารางที่ 57 สรุปข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลมากที่สุดต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	ไม่เกิน 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา	ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่
ด้านราคา	ราคาค่าบริการของระบบ	ราคาค่าบริการของระบบ	ราคาค่าบริการของระบบ	ราคาค่าบริการของระบบ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีโทรศัพท์เคลื่อนที่มากมายหลายรุ่น และมียี่ห้อให้เลือก	มีโทรศัพท์เคลื่อนที่มากมายหลายรุ่น และมียี่ห้อให้เลือก	มีโทรศัพท์เคลื่อนที่มากมายหลายรุ่น และมียี่ห้อให้เลือก	เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย
ด้านการส่งเสริมการตลาด	โป ร โ ม ชั น ของ ระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก	มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่

ตารางที่ 58 สรุปข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลมากที่สุดต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัย	มัธยมปลาย/ต่ำกว่า	ปวส./อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท/สูงกว่า
ด้านผลิตภัณฑ์	มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา	มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา	ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่
ด้านราคา	ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์	ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์	ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์	ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย	มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก	เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย	มีโทรศัพท์จำนวนมากมาหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	โปรโมชั่นของระบบที่ใช้มีให้เลือกมาก	โปรโมชั่นของระบบที่ใช้มีให้เลือกมาก	มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	โปรโมชั่นของระบบที่ใช้มีให้เลือกมาก

ตารางที่ 59 สรุปข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลมากที่สุดต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	เจ้าของกิจการ	พ่อบ้านแม่บ้าน	นักเรียนนักศึกษา	อาชีพอิสระ
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา	มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา	ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	รูปทรงของโทรศัพท์	ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่
ด้านราคา	ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์	ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์	ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์	ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์	ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์	ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์	ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย	มีโทรศัพท์จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย	มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์จำนวนมาก	เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย	มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์จำนวนมาก	มีโทรศัพท์จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	โปรโมชั่นของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก	โปรโมชั่นของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก	โปรโมชั่นของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก

ตารางที่ 60 สรุปข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลมากที่สุดต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม จำแนกตามรายได้

ปัจจัย	ไม่เกิน 5,000	5,100-10,000	10,001-20,000	20,001-40,000	40,001 ขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา	ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา	ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่
ด้านราคา	ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์	ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์	ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์	ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์	ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย	เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย	มีโทรศัพท์เคลื่อนที่มากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย	มีโทรศัพท์เคลื่อนที่มากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	โปรโมชั่นของระบบโทรศัพท์ที่มีให้เลือกมาก	มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	โปรโมชั่นของระบบโทรศัพท์ที่มีให้เลือกมาก	มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ได้ข้อค้นพบอีกว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ไม่ค่อยมีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็มของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับการมีผลต่อการตัดสินใจเท่ากับ 3.60 ในขณะที่ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.91 – 3.97

เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อระดับน้อยที่สุด ได้แก่ มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต มีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ และสามารถซื้อหาได้จากร้านประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น แสดงว่าการจำหน่ายผ่านช่องทางดังกล่าวยังไม่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายในปัจจุบัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card ลูกเล่นของเครื่อง เช่น เปลี่ยนเสียงเรียกเข้า เล่นเกม และสีของเครื่องที่มีความหลากหลาย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อระดับน้อยที่สุด ได้แก่ มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น จัดบูธ การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ และพนักงานขายสามารถตัดสินใจขายด้วยตนเอง

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail ราคาของโทรศัพท์ที่ถูกกำหนดเป็นมาตรฐาน และสามารถต่อรองราคาได้ (ตารางที่ 61)

ตารางที่ 61 สรุปปัจจัยย่อยทางการตลาดที่มีผลน้อยที่สุด 3 ลำดับต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม

ลำดับ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านราคา
1.	มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card	มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น จัดบูธ	ราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail
2.	มีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์	ลูกเล่นของเครื่อง เช่น เปลี่ยนเสียงเรียกเข้า เล่นเกม	การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์	ราคาของโทรศัพท์ที่ถูกกำหนดเป็นมาตรฐาน
3.	สามารถซื้อหาได้จากร้านประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น	สีของเครื่องที่มีความหลากหลาย	พนักงานขายสามารถตัดสินใจขายด้วยตนเอง	สามารถต่อรองราคาได้

แนวโน้มพฤติกรรม

พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามถึงร้อยละ 77.0 ที่เคยเปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา โดยมีการเปลี่ยนอย่างน้อย 1 เครื่อง สาเหตุที่เป็นปัจจัยสำคัญคือ เครื่องรุ่นใหม่มีฟังก์ชันมากกว่า มีขนาดเล็ก และเครื่องที่ใช้ยู่ล้าสมัยไปแล้ว ลักษณะการเลือกซื้อโทรศัพท์ มีถึงร้อยละ 81.0 ที่เลือกซื้อเครื่องใหม่ แต่เบอร์เดิม และคาดว่าในอีก 1 ปีต่อไปจะมีการเปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกอย่างน้อยร้อยละ 52.5 โดยในการเปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นยังคงมีการใช้ระบบ GSM Advance ถึงร้อยละ 92.0 โดยมีสาเหตุหลักคือ ความสามารถในการรับ-ส่งสัญญาณดี

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

4.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ใช้บริการของระบบ GSM Advance ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเน้นถึงการรับประกันเครื่องหรืออุปกรณ์ใหม่ที่มีปัญหาความสามารถในการรับสัญญาณของตัวเครื่อง และรูปทรงของเครื่องโทรศัพท์ ซึ่งต้องมีอุปกรณ์เสริมที่ออกมาครบถ้วนพร้อมกับเครื่อง โทรศัพท์ด้วย รวมไปถึงฟังก์ชันการใช้งานต่างๆที่จะเป็นพื้นฐานการใช้งานในยุค 3G (Third Generation) เช่น ระบบ JAVA ระบบ VDO recorder กล้อง VGA หน้าจอสี แบบ TFT ระบบหน่วยความจำแบบ Memory Card รวมไปถึงระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง หรือ Operation System เป็นต้น

2. ด้านราคา ในการตั้งราคาจากโรงงานควรตั้งราคาขายพร้อมอุปกรณ์เสริม และราคาของอุปกรณ์เสริมอื่นๆ ที่นำมาใช้ร่วม และควรมีการกำหนดราคาเป็นมาตรฐาน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตควรผลิตโทรศัพท์ออกมาให้มีความหลากหลาย และควรกระจายสินค้าไปยังร้านค้าต่าง ๆ ให้สามารถหาซื้อได้สะดวกและง่ายขึ้น หรือแต่งตั้งร้านค้าตัวแทนจำหน่ายให้มาก

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรจัดให้มีศูนย์บริการแก้ไขปัญหาของเครื่องโทรศัพท์ให้กับผู้ให้บริการผ่านทางโทรศัพท์ และควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูชแนะนำสินค้าตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ

4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ใช้บริการของระบบ GSM Advance ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญกับการรับประกันเครื่องหรืออุปกรณ์ใหม่ที่มีปัญหา มีบริการซ่อมหรือแก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน

2. ด้านราคา ควรให้ความสำคัญกับการมีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และระบบสินเชื่อ และการตั้งราคาที่สามารถต่อรองได้

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรให้ความสำคัญกับการมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อ มีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน สามารถช่วยติดต่อการบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที การเดินทางไปยังร้านสะดวก ไม่แออัด และมีที่จอดรถ มีการจัดสัดส่วนร้านที่เป็นระเบียบสวยงาม

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้านค้าควรให้ความสำคัญกับพนักงานขายที่มีความรู้ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่น ทุกยี่ห้อ สามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี และ พนักงานที่มีความสุภาพ เรียบร้อย สามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ด้วยตนเอง

4.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Operator)

ผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเน้นถึงชื่อเสียงของบริษัท ความสามารถของระบบที่สามารถใช้ได้กับโทรศัพท์ทุกรุ่น ทุกยี่ห้อ และการคิดค้นบริการเสริมใหม่ๆ ที่ให้บริการร่วม
2. ด้านราคา ควรคำนึงถึงระดับราคาค่าบริการของระบบที่ให้บริการ และค่าบริการเสริมต่างๆ ด้วย
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเน้นการมีตัวแทนจำหน่ายของระบบที่มากและครอบคลุมทุกพื้นที่บริการ และการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้า-ร้านค้าตัวแทน-สำนักงานให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรคำนึงถึงการจัดให้มีศูนย์บริการที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และ โปรโมชั่นของระบบที่มีให้ลูกค้าได้เลือกใช้บริการ