

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวพิมพ์พิดา ชินอุปกิจ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชชชานติ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การเก็บข้อมูลจากสมาชิก ยูบีซี โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 364 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก โดยศึกษาจากแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อค้นหา ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคคือ 6W's และ 1H นำข้อมูลที่ได้มาใช้ประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ ได้ผลการศึกษาดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพสมรส มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว หรือค้าขาย การศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท และมีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 1-3 ปี

การเลือกใช้อุปกรณ์ แบบซุกเซ่า รับชมสัญญาณภาพ 1 จุดโดยสมัคร แพ็คเกจ Gold มีค่าบริการรายเดือนเท่ากับ 1,568.12 บาท

เหตุผลในการเลือกใช้บริการส่วนใหญ่คือ เป็นแหล่งการเรียนรู้สำหรับตนเองและครอบครัว และสามารถเลือกช่องรายการหลายหลากกว่าช่องทีวีทั่วไป ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คือ คุณภาพช่องรายการ และพบว่าก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิก สนใจรายการประเภทภาพยนตร์ และสารคดีเกี่ยวกับสัตว์โลก

การตัดสินใจส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง ไม่มีผู้แนะนำ และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือบุคคลในครอบครัว ได้แก่ บิดา มารดา ญาติ คู่สมรส

โอกาสในการรับชมรายการ ยูบีซี คือ 22-31 วันต่อเดือน รับชม ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น.

ช่องทางในการสมัครสมาชิก ส่วนใหญ่เลือก ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี เหตุผลคือ อำนวยความสะดวกได้มากที่สุด ซึ่งแหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจคือ สอบถามจากพนักงานขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้วิธีการหาข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่ง แล้วนำมาประกอบการตัดสินใจ โดยสมัครสมาชิกในราคา 8,000 บาทขึ้นไป และเห็นว่าไม่เหมาะสม โดยต้องการให้ลดค่าติดตั้งจุดเสริม ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะรับชมรายการคราวละ 1-2 คน รับชมรายการประเภทภาพยนตร์ และส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องของความซ้ำซ้อนของรายการที่นำเสนอ และส่วนใหญ่เคยแนะนำบุคคลอื่นให้สมัครเป็นสมาชิก 1-2 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Consumer Behaviour Toward UBC Services in Mueang District,
Chiang Mai Province

Author Ms. Pimpida Chin-upakit

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Sirikiat Ratchusanti

ABSTRACT

The objective of the independent study was to study the consumer behaviour toward UBC services in Mueang District, Chiang Mai Province. The data collection based on convenience sampling was done by distributing questionnaires randomly to 364 UBC members. It was determined to apply the Consumer Behavior Analysis concept in this study with the aims to explore customer's behavior features which were described through 6W's and 1H. Then, those collected data was compiled in terms of frequency, and percentage, and here were the results of study.

Based on the results of study, it was found most respondents were married business female owners/merchants whose ages were 26-35 year-of-age with Bachelor's degree. They revealed via filling the questionnaires that they could earn less than 20,000 baht for their monthly incomes and the length of UBC subscription was 1-3 years.

They, moreover, indicated that they selected to use the rental set of equipments for only one service point, and subscribed for the Gold Package that its monthly fee was 1,568.12 baht.

According to the results of questionnaire, it was found out that most respondents agreed to select UBC service due to the following qualifications of UBC; being source of information for an individual and other family members, and having much more various channels than the general landline television. In addition, they stated that the factors affecting their decision in service selection was about the quality of channels provided by UBC itself. Then, it was found through the

questionnaire's result that before the respondents subscribed for any UBC package, they were interested in the cinema program including the animal features.

It was interestingly stated that those respondents made their own decisions in subscription without any suggestion from others. However, the family members who were father, mother, relatives, and couple would co-operate in their decision making.

For the UBC members as the respondents of this study, they would have chances to watch the UBC programs around 22-31 days a month. They pointed out that they, in fact, watch its programs everyday, in particular, during 20.01-24.00 hrs.

Furthermore, it was mentioned that those respondents subscribed to UBC service through UBC Chiang Mai Siam T.V. with the reason stating that the company provided the most convenience for them. Then, they also revealed that the source of information they considered in the making decision process came from the sale staffs.

Nevertheless, the respondents accepted that in the very beginning they would seek for the UBC information from many sources, and brought them together in order to help making decision. Then, they finally subscribed for UBC services at the rate higher than 8,000 bath. They, however, agreed that the service rate was not much appropriate and wanted the UBC to reduce the fee for additional points. In each time of watching the UBC program, the respondents would watch the cinema program with another 1-2 persons. Moreover, it was revealed that most of them scored at the moderate level for their satisfaction towards UBC services. They, actually, wanted the UBC to improve about the repetition of its programs. Anyway, most of them used to suggest 1-2 persons in subscribing for UBC membership.