

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์ที่ติดตามตัวในส่วนภูมิภาค :
กรณีศึกษาของบริษัท ชินวัตร เพจจิ่ง จำกัด

ชื่อผู้เขียน นายคุณเดช ชินวัตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ :

รองศาสตราจารย์ ดร.เดช กาญจนางกูร ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชงชัย ชุตุวรรณ กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กัญญา กุณีกาญจน์ กรรมการ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของเรื่อง พฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์ที่ติดตามตัว ในส่วนภูมิภาค ของประเทศไทย กรณีศึกษาของบริษัท ชินวัตร เพจจิ่ง จำกัด ในครั้งนี้เพื่อต้องการศึกษาพฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์ที่ติดตามตัวของผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคของประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 1,511 ตัวอย่าง แยกเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่กำลังใช้และเคยใช้โทรศัพท์ที่ติดตามตัวจำนวน 833 ตัวอย่าง และเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้โทรศัพท์ที่ติดตามตัวเลย จำนวน 318 ตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการซื้อ โทรศัพท์ที่ติดตามตัวส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และทำกิจการส่วนตัว และมีระดับรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 7,500 บาท ส่วนกลุ่มผู้ที่กำลังใช้และเคยใช้โทรศัพท์ที่ติดตามตัว นิยมใช้รุ่นภาษาไทยมากที่สุด สำหรับสาเหตุของการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ที่ติดตามตัว มีสาเหตุมาจากมีความจำเป็นต้องใช้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีอายุ 26 - 35 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีระดับรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ผู้ใช้โทรศัพท์ที่ติดตามตัวมีความประทับใจในบริการหลังการขายที่ดี มีศูนย์บริการมาก ซึ่งสะดวกในการติดต่อขอรับบริการหลังการขาย ผู้ที่ใช้โทรศัพท์ที่ติดตามตัวควบคู่กับโทรศัพท์

เคลื่อนที่ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีอายุไม่เกิน 45 ปี, มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีระดับรายได้มากกว่า 20,000 บาท

รายการส่งเสริมการขายที่ประทับใจที่สุด คือการขายที่ให้ส่วนลดค่าเครื่อง, การขายราคาเดิมแต่ได้รับค่าบริการฟรี และการขายราคาเต็มพร้อมของชำร่วย ผู้ที่ใช้โทรศัพท์ติดตามตัวมือถือซิงเกิ้ลและแพ็คเกจอื่นๆ อยากจะเปลี่ยนมาใช้โทรศัพท์ติดตามตัวโฟนลิงค์ และโพสต์เทลมามากที่สุด สาเหตุในการเปลี่ยนไปใช้มือถืออื่นของโทรศัพท์ติดตามตัวโฟนลิงค์ คือการส่งข้อความไม่สมบูรณ์ และสาเหตุในการยกเลิกการใช้บริการโทรศัพท์ติดตามตัวโฟนลิงค์คือต้องการเปลี่ยนไปใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะโทรศัพท์ติดตามตัวตอบสนองต่อความต้องการได้น้อยกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่

สำหรับกลุ่มผู้ที่ยังไม่เคยใช้โทรศัพท์ติดตามตัวมาก่อน เป็นผู้มีอายุไม่เกิน 35 ปี, มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีระดับรายได้ไม่เกิน 7,500 บาท รายการส่งเสริมการขายที่ประทับใจ คือการขายที่ให้ส่วนลดค่าเครื่อง และการขายราคาเต็มพร้อมของชำร่วย และการตัดสินใจหลักในการเลือกซื้อโทรศัพท์ติดตามตัวคือพื้นที่การให้บริการ และความเชื่อถือของผู้ให้บริการตามลำดับ

Independent Study Title	Pager Purchasing Behavior in Regional Areas : A Case Study of Shinawatra Paging Co.,Ltd.	
Author	Mr. Dulayadej Shinawatra	
M. Econ.	Economics	
Examination Committee :	Assoc. Prof. Dr. Decha Karnjanangkura	Chairman
	Assist.Prof. Thongchai Shusuwan	Member
	Assist. Prof. Kanya Kunthikan	Member

Abstract

The purpose of this independent study "Pager purchasing behavior in regional areas : A case study of Shinawatra paging Co.,Ltd. "Was to study and determine consumer's behavior in purchasing pager in regional areas of Thailand

The total sample sizes of this study were 1,511 samples separated by customers who brought pager or using and used were 833 samples and customers who never buy or never use pagers were 318 samples.

The result of this studies shows that the buying behavior of pager were employee and private sector group who were not over 25 years of age and salary from not over 7,500 baht, The most of them prefer to use Thai model. The main reason of pager usage was nesccessary to use which come from employee who was 26 - 35 years of age and salary more than 20,000 baht. The most satisfy of after sales service of customer was many service centers that were convenient to

contact. The usage of pager together with mobile phone found in users who was not over 45 years of age, employee and salary over 20,000 baht at most.

The interesting promotion sales for customer at all age, occupation and income is discount pager price , the second is full price with free monthly fee. The last one is full price with gift.

The ratio of pager usage base on brand between using and used found that Phonelink has the highest using ratio, on other hand Worldpage has highest used ratio.

The customer's idea to change pager brand found in Easy call and Paalink at most. Phonelink and Postel are the brand that the customers need to change at least. The brand that users want to change to Phonelink at most and Postel is at least.

The reason of changing Phonelink to other brand is incomplete message sending and the reason of canceling Phonelink service is changing to mobile phone because Pager does not respond customers needed.

On other hand for customers who never use pager before is employee who has below 35 years and income below 7,500 baht , the most interesting sales promotion program is discount price , full price with gift is the last program and the important decision point to buy pager is coverage area and Prestigious company.