

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง อุปสงค์ต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีวัตถุประสงค์ทั่วไปเพื่อศึกษาถึงอุปสงค์ต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำในลักษณะการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) แบบการศึกษาภาคตัดขวาง (Cross-Sectional Studies) ซึ่งรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถามปลายปิดเป็นเครื่องมือของการศึกษา โดยที่ประชากรเป้าหมายของการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลของการศึกษานี้จะทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากประชากรเป้าหมายจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 โดยข้อมูลที่ได้จากตัวอย่างจะถูกนำไปวิเคราะห์ประมวลผลโดยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์แบบวัดเจตคติลิเคิร์ต (Likert Scale) จากนั้นหาความสัมพันธ์ของข้อมูลในรูปความถี่ไคสแควร์ (Chi-Square) จึงนำผลการศึกษามาสรุปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ว่า ผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย และอยู่ในช่วงอายุ 21 – 30 ปี สถานภาพเป็น โสดมากที่สุดด้วยจำนวนร้อยละ 81.5 และอยู่ในระดับการศึกษาหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้บริโภคมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และนักเรียน/นักศึกษาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ไม่เกิน 15,000 บาท

2. โครงสร้างอุปสงค์และพฤติกรรมต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ผลการศึกษาดังนี้ มีผู้บริโภคร้อยละ 51.5 มีจำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันจำนวน 1 เครื่อง และส่วนใหญ่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนที่ความจุ 16GB ถึงร้อยละ 65.8 ส่วนราคาซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนมากที่สุดอยู่ที่ช่วงราคา 20,001 – 25,000 บาท จำนวน

ร้อยละ 58.8 สำหรับสถานที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อมากที่สุดคือ ร้านของผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับลิขสิทธิ์โดยตรง อย่างเช่น ทรูมูฟ ดีแทค และเอไอเอส มีจำนวนร้อยละ 52.3 และวิธีการชำระเงินค่าเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนยังนิยมเป็นการชำระด้วยเงินสด แต่ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนเครื่องปัจจุบันของผู้บริโภคที่ไม่เกิน 6 เดือนมีร้อยละ 30.8 ส่วนใช้มาแล้ว 6 เดือน – ไม่เกิน 1 ปี ร้อยละ 39.5 ซึ่งมากกว่าไม่มากนัก ในเรื่องของเครือข่ายที่ใช้บริการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนมีผลการศึกษามากมายใกล้เคียงกันมาก แต่ที่นำมาอันดับที่ 1 มากที่สุด คือ เครือข่ายเอไอเอส จำนวนร้อยละ 37.0 ตามมาด้วยดีแทค ร้อยละ 32.5 สุดท้ายคือ ทรูมูฟอยู่ที่ร้อยละ 30.5 แต่ถ้าพูดถึงระบบการชำระเงินค่าบริการที่ใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนนั้น ระบบรายเดือน (Post – paid) ก็ครองแชมป์มากที่สุดถึงร้อยละ 78.0 ในส่วนพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนนั้น ระยะเวลาการใช้เฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วงเวลา 6 – 15 นาทีมากที่สุดคือ ร้อยละ 40.3 แต่ถ้าเป็นความถี่ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนเฉลี่ยต่อวัน ร้อยละ 38.5 ใช้ถึง 6 – 10 ครั้งต่อวัน และค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 501 – 1,000 บาทมากที่สุดคือร้อยละ 53.0

สำหรับกิจกรรมต่าง ๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนนั้น ได้สำรวจเป็นจำนวนครั้งเฉลี่ยต่อวันในการทำกิจกรรมแต่ละประเภท ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (1.) ใช้โทรออก-รับสายมากกว่า 8 ครั้งต่อวันมีมากถึงร้อยละ 35.3 (2.) ใช้โทรคุยแบบเห็นหน้า (Face Time) มีผู้บริโภคไม่ใช้เลยต่อวันถึงร้อยละ 72.5 (3.) ใช้รับ-ส่งข้อความแบบทันที(MSN) เป็นกิจกรรมที่ไม่ได้ใช้เลยถึงร้อยละ 44.0 (4.) ใช้รับ-ส่งข้อความสั้น(SMS) มีผู้ใช้เฉลี่ยต่อวันที่ 1 – 2 ครั้ง มากที่สุดร้อยละ 38.0 (5.) ใช้รับ-ส่งข้อความมัลติมีเดีย (MMS) ก็เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ไม่มีการใช้เลยมากถึงร้อยละ 51.0 (6.) ใช้ถ่ายภาพ มีผู้ใช้มากกว่า 8 ครั้งต่อวันถึงร้อยละ 33.0 (7.) ใช้เล่นเกมมากกว่า 8 ครั้งต่อวันร้อยละ 32.8 (8.) ใช้แผนที่และเข็มทิศ เป็นกิจกรรมที่ไม่มีผู้ใช้เลยต่อวันมากถึงร้อยละ 47.0 (9.) ใช้จัดตารางเวลา ก็ไม่มีผู้บริโภคใช้เลยต่อวันสูงถึงร้อยละ 42.0 (10.) ใช้บันทึกช่วยจำ มีผู้ใช้จำนวน 1 – 2 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 40.0 (11.) ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต มีผู้บริโภคใช้มากกว่า 8 ครั้ง ร้อยละ 61.8 ซึ่งมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 ด้วย (12.) ใช้ทำธุรกรรมทางการเงินเป็นกิจกรรมที่ไม่มีผู้ใช้เลยต่อวันถึงร้อยละ 56.5 (13.) ใช้ทำธุรกรรมซื้อ-ขายหลักทรัพย์ เป็นกิจกรรมที่ไม่มีผู้ใช้เลยสูงที่สุดมากถึงร้อยละ 83.5 (14.) ใช้ฟังเพลง มีผู้ใช้จำนวน 1 – 2 ครั้งต่อวันมากที่สุดร้อยละ 30.8 (15.) ใช้ดูละคร/ภาพยนตร์ ผู้บริโภค

ไม่ได้ใช้เลยต่อวันถึงร้อยละ 32.5 (16.) ใช้ถ่ายวิดีโอ ยังมีผู้ใช้จำนวน 1 – 2 ครั้งต่อวันร้อยละ 38.0 (17.) ใช้บันทึกเสียง ไม่มีผู้ใช้เลยต่อวันสูงถึงร้อยละ 53.8 (18.) ใช้รับส่งอีเมลล์ จำนวน 1 – 2 ครั้งต่อวันมากที่สุดร้อยละ 27.0 และ (19.) ใช้เข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นกิจกรรมที่ใช้มากกว่า 8 ครั้งต่อวันสูงถึงร้อยละ 53.0 เลยทีเดียว

จากรายละเอียดข้างต้นขอสรุปอันดับของกิจกรรมที่ผู้บริโภคทำมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต อันดับที่ 2 คือ ใช้เข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ และอันดับที่ 3 คือ ใช้โทรออก-รับสาย ส่วนกิจกรรมที่ผู้บริโภคไม่ได้ใช้เลยต่อวันมากที่สุด อันดับที่ 1 คือ ใช้ทำธุรกรรมซื้อ-ขายหลักทรัพย์ อันดับที่ 2 คือ ใช้โทรคุยแบบเห็นหน้า (Face Time) และอันดับที่ 3 คือ ใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนมากที่สุดอันดับที่ 1 ก็คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่ว่าผู้บริโภคจะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนในช่วงราคาใดก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และอันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผลการศึกษาก่อออกมาเป็นเอกลักษณ์คือ ผู้บริโภคที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนทุกช่วงราคา ให้ความสำคัญเรื่องปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์มาเป็นอันดับสองทุกช่วงราคา แต่สำหรับอันดับที่ 3 ปัจจัยด้านรสนิยมของผู้บริโภคนั้น ในช่วงราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนที่ 25,001 – 30,000 บาท อาจจะมีค่าเฉลี่ยที่น้อยกว่าช่วงราคาอื่น ๆ และอันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านพนักงานขาย ซึ่งช่วงราคา 25,001 – 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่าช่วงราคาอื่น ๆ และค่าเฉลี่ยช่วงราคาที่ต่ำกว่า 15,000 บาทก็มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับช่วงราคาอื่น ๆ อันดับที่ 5 เป็นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยนี้มีช่วงราคาที่ต่ำกว่า 15,000 บาทมีค่าเฉลี่ยมากกว่าช่วงราคาอื่น ๆ อันดับที่ 6 จะเป็นปัจจัยด้านสังคม โดยมีช่วงราคา 20,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าช่วงราคาอื่น ๆ อันดับที่ 7 ซึ่งเป็นอันดับสุดท้าย เป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งก็เป็นปัจจัยที่ช่วงราคา 20,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าช่วงราคาอื่น ๆ

4. ความพึงพอใจของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จะขอสรุปผลการศึกษารื่องความพึงพอใจออกเป็นอันดับตามค่าเฉลี่ยรวม เพื่อให้ทราบ

ถึงเรื่องของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจมากที่สุด ไปจนถึงความพึงพอใจน้อยที่สุด ดังนี้ เรื่องที่ผู้บริโภคให้ความพึงพอใจมากที่สุดอันดับที่ 1 ได้แก่ ด้านความสามารถหลากหลาย อันดับที่ 2 ด้านเทคโนโลยี อันดับที่ 3 ด้านรูปร่างและขนาด อันดับที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน อันดับที่ 5 ด้านการรับประกัน อันดับที่ 6 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับที่ 7 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อันดับที่ 8 ด้านบริการหลังการขาย อันดับที่ 9 ด้านราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ อันดับที่ 10 ด้านโปรโมชั่นค่าบริการรายเดือน อันดับที่ 11 ด้านโปรโมชั่นการผ่อนชำระกับบัตรเครดิต และอันดับที่ 12 ด้านโปรโมชั่นส่วนลดและของแถมซึ่งเป็นอันดับสุดท้ายที่ผู้บริโภคพึงพอใจน้อยที่สุด

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยแบ่งออกได้เป็นดังนี้

1. ผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 21 – 30 ปี เป็น โสดและมีการศึกษาหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือนักเรียน/นักศึกษาซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ไม่เกิน 15,000 บาท นอกจากนี้ข้อมูลเบื้องต้นแล้วถ้าดูข้อมูลอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่นกิจกรรมที่ทำบน โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน ทำให้อภิปรายผลได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เป็นผู้หญิงนั้นอยู่ในวัยที่เป็นวัยรุ่นและวัยรุ่นตอนปลาย ยังมีความนิยมชมชอบแฟชั่นต่าง ๆ ตามค่านิยมของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะความนิยมในเรื่องของเครื่องสำอางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเฟซบุ๊กหรือทวิตเตอร์ และอื่น ๆ อีกมากมาย เพื่อติดต่อสื่อสารกันทั้งในกลุ่มของตัวเองและในกลุ่มของเพื่อน ๆ ที่ขยายเป็นเครือข่ายที่กว้างขวางขึ้น และมากขึ้นอย่างไม่มีวันสิ้นสุด รวมทั้งทำให้รู้สึกว่าเป็นคนที่ทันสมัย ทันแฟชั่น คุณมีระดับ เพราะราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนถือว่าเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาค่อนข้างสูงกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเดียวกันยี่ห้ออื่น เพราะผู้บริโภคที่เป็นนักเรียนนักศึกษายังไม่ได้ทำงาน แต่มีรายได้จากผู้ปกครอง อาจจะยังไม่รู้ถึงค่าของเงินมากนัก เนื่องจากยังไม่ได้ทำงานหาเงินด้วยตัวเอง จึงหาซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนมาเพื่อแคว้นดูประสงค์ที่ไม่คุ้มค่ากับราคาและคุณค่าของสินค้าก็ถือว่าเป็นการฟุ่มเฟือยอย่างมาก แต่ถ้านักเรียนนักศึกษาที่นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยแท้จริง เช่น เพื่อการเรียนการศึกษาค้นคว้า เพื่อความสะดวกในการหาข้อมูลต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ต ก็ถือได้ว่า ราคาสินค้าจะถูกหรือแพงอยู่ที่คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับเป็นสำคัญ

2. โครงสร้างอุปสงค์และพฤติกรรมต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากวัตถุประสงค์ในเรื่องนี้ขออภิปรายผลการศึกษาดังนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็ยังนิยมมีโทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงแค่เครื่องเดียว แต่ก็ยังมีผู้บริโภคอีกส่วนหนึ่งซึ่งไม่น้อยมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 2 เครื่อง ซึ่งจากการสอบถามพูดคุยกับผู้ตอบแบบสอบถามและผู้บริโภคกลุ่มนี้ ทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคจะใช้โทรศัพท์เครื่องหนึ่งในการรับสาย และอีกเครื่องหนึ่งเพื่อใช้ในการโทรออกโดยจะหาโปรโมชั่นค่าบริการรายเดือนที่เหมาะสมกับเครื่องโทรศัพท์แต่ละเครื่อง เพื่อจะได้ประหยัดค่าใช้จ่ายรายเดือน แต่เมื่อสอบถามถึงค่าใช้จ่ายค่าบริการรายเดือนของทั้งสองเครื่องรวมกันแล้ว ปรากฏว่า มีผู้บริโภคส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้ก็เสียค่าใช้จ่ายมากกว่าที่กำหนดหรือคาดการณ์ไว้ จึงเป็นไปได้ว่า ผู้บริโภคกลุ่มนี้อาจจะอยากได้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องใหม่ด้วยเหตุผลอย่างอื่นมากกว่าเพื่อการประหยัดอย่างแน่นอน ส่วนในเรื่องของความจุโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนกับราคาซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนและสถานที่ซื้อค่อนข้างสอดคล้องกันอย่างมาก เพราะราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนค่อนข้างเป็นมาตรฐานและจัดจำหน่ายในราคาที่ใกล้เคียงกัน นั่นก็คือโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนที่มีความจุที่ 16GB จะมีราคาอยู่ที่ 20,001 – 25,000 บาทและจำหน่ายที่ร้านของผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับลิขสิทธิ์โดยตรง อย่างเช่น ทูมูฟ ดีแทค และเอไอเอส ซึ่งมีการรับประกันและบริการหลังการขายที่ดีและชัดเจน ส่วนเรื่องความจุและราคาก็ถือว่าเป็นความจุที่พอดีและมีราคาระดับกลาง จึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ในเรื่องวิธีการชำระเงินค่าเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนที่ส่วนใหญ่เป็นเงินสด อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหญ่เป็นกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนและนักเรียนนักศึกษาที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จึงยังไม่สามารถที่จะมีบัตรเครดิตประเภทต่าง ๆ ได้ จึงสอดคล้องกันอย่างชัดเจน สำหรับระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนเครื่องปัจจุบันของผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้มาแล้วไม่เกิน 1 ปี ซึ่งก็เป็นช่วงเวลาที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนรุ่นใหม่ออกมา คือ ไอโฟน 4 ประกอบกับยอดจำหน่ายไอโฟน 4 ของประเทศไทยก็มียอดจำหน่ายที่สูงเป็นอย่างมากถึงขั้นขาดตลาดอยู่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ต้องทำการสั่งจองไว้ล่วงหน้า จึงสามารถอภิปรายผลได้อย่างชัดเจนว่า มีผู้บริโภคนิยมซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนมากขึ้น และเป็นรุ่นใหม่ คือ ไอโฟน 4 ส่วนเรื่องของเครือข่ายที่ใช้บริการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนที่มีผลการศึกษามาใกล้เคียงกันมากนั้น ก็สามารถอภิปรายผลได้ว่า ถึงแม้ผู้จัดจำหน่าย ทูมูฟ เป็นเครือข่ายที่ตั้งขึ้นมาหลัง เอไอเอส และดีแทค แต่กลับมีตัวเลขของ

ผู้บริโภคที่ใช้เครือข่ายทั้งสามใกล้เคียงกัน เพราะทรูมูฟมีการตั้งราคาขายเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนทั้งราคาเครื่องเปล่า และราคาเครื่องพร้อมแพ็คเกจต่ำกว่าราคาขายของเอไอเอส และดีแทค จึงสามารถเป็นเหตุผลได้อย่างดีว่า ทำไมทรูมูฟจึงสามารถแบ่งส่วนแบ่งตลาดการใช้เครือข่ายมาได้ไม่น้อยเลยทีเดียว ซึ่งเหตุผลนี้ก็สามารถที่จะอภิปรายผลการศึกษาในเรื่องของระบบการชำระเงินค่าบริการที่ใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนที่เป็นระบบรายเดือน (Post – paid) มากที่สุดถึงร้อยละ 78.0 เพราะการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนพร้อมแพ็คเกจนั้นมีราคาที่ถูกกว่าซื้อเครื่องเปล่าถึง 1,500 – 2,500 บาทเลยทีเดียว จึงถือว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้ผลเป็นอย่างดี ในส่วนพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วงเวลา 6 – 15 นาที และใช้ประมาณ 6 – 10 ครั้งต่อวัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ 501 – 1,000 บาทก็เพราะว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและนักเรียนนักศึกษามีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือน ยังต้องทำงานหรือเรียนหนังสือจึงอาจจะไม่มีเวลามากพอที่จะใช้โทรศัพท์ได้นานและบ่อยมากไปกว่านี้ ประกอบกับค่าใช้จ่ายที่ยังต้องควบคุมเพราะมีรายได้อันยังไม่มากนัก

สำหรับกิจกรรมต่าง ๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนนั้น กิจกรรมที่ผู้บริโภคทำมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต อันดับที่ 2 คือ ใช้เข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ และอันดับที่ 3 คือ ใช้โทรออก – รับสาย สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ว่า ผู้บริโภคกลุ่มใหญ่เป็นวัยรุ่นยังมีความนิยมชมชอบในเรื่องของแฟชั่น ความทันสมัย มีค่านิยมที่ตามเพื่อนและคิดเพื่อน กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้จะนิยมเข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำสม่ำเสมอเหมือนขาดไม่ได้เลยในชีวิตประจำวัน จะต้องเข้าไปแสดงความคิดเห็นหรือส่งรูปเข้าไปเพื่อให้เพื่อน ๆ ทราบถึงความเป็นไปในแต่ละวัน ว่ากำลังทำอะไร ที่ไหน อย่างไร กับใคร รวมไปถึงการติดตามข่าวสารในเรื่องของแฟชั่นต่าง ๆ ทั้งเรื่องการแต่งตัว ทรงผม สินค้าแฟชั่นต่าง ๆ และอีกเรื่องที่ขาดไม่ได้คือ เรื่องของศิลปินดารานักร้องนักแสดงต่าง ๆ ที่วัยรุ่นจะนิยมเข้าไปติดตามเป็นประจำ

แต่กิจกรรมที่ผู้บริโภคไม่ได้ใช้เลยต่อวันมากที่สุด อันดับที่ 1 คือ ใช้ทำธุรกรรมซื้อ-ขายหลักทรัพย์ อันดับที่ 2 คือ ใช้โทรคุยแบบเห็นหน้า (Face Time) และอันดับที่ 3 คือ ใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน จะเห็นได้ว่า การใช้ทำธุรกรรมซื้อ-ขายหลักทรัพย์ และธุรกรรมทางการเงิน น่าจะเป็นกลุ่มของคนทำงานวัยกลางคนที่มีความรู้ความสามารถและมั่นใจที่จะกล้าใช้ทำรายการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้นเมื่อก่อนกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและ

นักเรียนนักศึกษา ที่มีอายุ 21 – 30 ปี จึงอาจจะยังไม่มี ความจำเป็นที่จะใช้ทำธุรกรรมดังกล่าว ส่วนกิจกรรมที่ใช้โทรคุยแบบเห็นหน้า (Face Time) นั้น ได้รับการบอกกล่าวจากผู้ตอบแบบสอบถามว่า จะต้องมีการรับรองรับโดยเฉพาะ ดังนั้นจึงได้ทำการสอบถามทางโทรศัพท์กับผู้ให้บริการเครือข่ายดีแทคที่ Call Center 1678 ทำให้ได้คำตอบว่า การใช้โทรคุยแบบเห็นหน้า (Face Time) นี้ ผู้ใช้จะต้องมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน 4 ทั้ง 2 ฝ่าย หรือ ไอโฟน 4 กับ ไอแพด โดยสถานที่ที่ใช้ติดต่อสื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายจะต้องมีสัญญาณ Wi-Fi รองรับ ซึ่งสัญญาณนี้ไม่ได้มีอยู่ทั่วไปต้องซื้อบริการเพิ่มเติมจากผู้ให้บริการเช่น TOT, ทรูมูฟ เป็นต้น ดังนั้นจากข้อจำกัดเหล่านี้จึงทำให้กิจกรรมนี้ไม่มีผู้ใช้เลยต่อวันมาเป็นอันดับ 2 นั่นเอง

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จากการจัดอันดับและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับอุปสงค์ต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนจึงอภิปรายได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด เพราะการซื้อสินค้าที่มีราคาแพงระดับหนึ่ง ควรจะต้องมีคุณสมบัติและคุณภาพที่ดีมากระดับหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นบริษัทที่ผลิตมีชื่อเสียง เช่น นิตยสารฟอร์จูนมอบตำแหน่งให้แอปเปิล ว่าเป็นบริษัทที่น่าชื่นชมมากที่สุดของบริษัททั้งหมดในประเทศสหรัฐอเมริกาในปี 2008 (พ.ศ.2551) และในโลกลงปี 2008(พ.ศ.2551) 2009(พ.ศ.2552) และ 2010(พ.ศ.2553) หรือแม้แต่ตัวโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนเองก็ได้รับรางวัลสิ่งประดิษฐ์ยอดเยี่ยมประจำปี 2007 (พ.ศ.2550) จากนิตยสารไทม์ ซึ่งไม่ว่าผู้บริโภคจะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนที่ช่วงราคาใดก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และอันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผลการศึกษาออกมาเป็นเอกฉันท์คือ ผู้บริโภคที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนทุกช่วงราคา ให้ความสำคัญเรื่องปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์มาเป็นอันดับสองทุกช่วงราคา แต่สำหรับอันดับที่ 3 ปัจจัยด้านรสนิยมของผู้บริโภคนั้น ในช่วงราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนที่ 25,001 – 30,000 บาท อาจจะมีค่าเฉลี่ยที่น้อยกว่าช่วงราคาอื่น ๆ และอันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านพนักงานขาย ซึ่งช่วงราคา 25,001 – 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่าช่วงราคาอื่น ๆ และค่าเฉลี่ยช่วงราคาต่ำว่า 15,000 บาทก็มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับช่วงราคาอื่น ๆ อันดับที่ 5 เป็นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยนี้มีช่วงราคาต่ำว่า 15,000 บาทมีค่าเฉลี่ยมากกว่าช่วงราคาอื่น ๆ อันดับที่ 6 จะเป็นปัจจัยด้านสังคม โดยมีช่วงราคา 20,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าช่วงราคาอื่น ๆ อันดับ

ที่ 7 ซึ่งเป็นอันดับสุดท้าย เป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งก็เป็นปัจจัยที่ช่วงราคา 20,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าช่วงราคาอื่น ๆ

4. สำหรับการอภิปรายผลในเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นั้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีรายละเอียดใกล้เคียงกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน เพราะมาเป็นอันดับต้น ๆ เหมือนกัน หรือแม้แต่ในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โปรโมชันต่าง ๆ บริการหลังการขาย และช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีรายละเอียดใกล้เคียงกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ก็เกาะกลุ่มกันอยู่ในอันดับกลาง ๆ คล้าย ๆ กัน แต่เรื่องอันดับที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิงก็คือในเรื่องของราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในเรื่องนี้อันดับที่ 9 ซึ่งถือว่าอยู่ในอันดับท้าย ๆ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจน้อยในเรื่องของราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน คงหมายถึงว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนมีราคาที่แพง หรือแพงกว่าโทรศัพท์แบบเดียวกันยี่ห้ออื่น แต่อันดับของปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์ในหัวข้อปัจจัยต่าง ๆ นั้นกลับมีอันดับที่ 2 เป็นอันดับต้น ๆ ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก แต่ถึงแม้จะมีอันดับที่แตกต่างกัน แต่ในความเป็นจริงสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน หรือปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์ เป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก ๆ หรือต้องใช้เวลาในการคิดมาก จึงทำให้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก และก็สามารถวิเคราะห์ได้อีกว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้สึกได้ว่าราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนคงมีราคาแพงเกินไปแต่ก็อยากได้ เมื่อตัดสินใจซื้อแล้วก็รู้สึกว่ามีค่าความพึงพอใจน้อยในเรื่องราคานั่นเอง

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากความสนใจในเรื่องของโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนจนเลือกเป็นหัวข้อในการทำวิจัย เพื่อที่จะได้ศึกษาค้นคว้า ทำการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลจนทำให้ได้ความรู้และข้อมูลเพิ่มเติมมากมายจนได้ผลการศึกษาดังที่ได้กล่าวมาในแต่ละบทข้างต้นนั้น จึงใคร่ขอเสนอแนะข้อมูลบางประการเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อไปไม่มากนักดังนี้

1. สำหรับผู้ผลิต จากที่ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ออกมาจำหน่ายโดยการมีเทคโนโลยีขั้นสูง หรือมีความสามารถหลากหลาย ทำให้ต้องมีการขายในราคาที่แพงเพื่อให้สอดคล้องกับคุณสมบัติและคุณภาพของโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น ๆ แต่เมื่อผู้บริโภคได้ซื้อมาใช้ปรากฏว่า การใช้เทคโนโลยี

หรือความสามารถบางประการนั้น จะต้องมีเงื่อนไขหรือข้อจำกัดต่าง ๆ หลายอย่างจนทำให้เกินความสามารถหรือเกินกำลังทรัพย์ที่จะใช้เทคโนโลยีนั้นได้ เช่น การใช้โทรศูย์แบบเห็นหน้า (Face Time) จะต้องมีสัญญาณ Wi-Fi รองรับในสถานที่ที่ใช้ทั้งสองฝ่าย เพราะถ้าไม่มีสัญญาณดังกล่าว หรือไม่ได้ใช้ไอโฟน 4 หรือไอแพดเหมือนกัน ก็จะไม่สามารถใช้คุณสมบัตินี้ได้เลย เป็นต้น ดังนั้นการมีเทคโนโลยีขั้นสูงหรือมีความสามารถหลากหลาย แต่มีข้อจำกัดทำให้ไม่สามารถใช้คุณสมบัติต่าง ๆ เหล่านั้นได้ครบถ้วนทำให้รู้สึกว่ามันคุ้มเท่ากับราคาที่จ่ายไป จึงใคร่ขอให้ผู้ผลิตได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขข้อบกพร่องดังกล่าวด้วย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจมากขึ้นในการใช้คุณสมบัติต่าง ๆ

2. หน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการร้านค้าต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ดีแทค และบริษัท ทรูมูฟ จำกัด ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ที่จะเป็ประโยชน์แล้วนำมาพัฒนาปรับปรุงการลงทุนธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ให้เจริญก้าวหน้าและทำให้เศรษฐกิจดียิ่งขึ้นต่อไป พร้อม ๆ กับการพัฒนาปรับปรุงข้อเสียและข้อจำกัดต่าง ๆ โดยเฉพาะปัจจัยการส่งเสริมทางการตลาด และปัจจัยด้านพนักงานขาย ด้วยการศึกษาค้นคว้าความต้องการของผู้บริโภคว่าผู้บริโภคต้องการโปรแกรมอะไรบ้างแบบใดหนอย่างไร จะได้เปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้ดีและถูกใจผู้บริโภคมากขึ้น รวมทั้งจัดอบรมเรื่องต่าง ๆ ทั้งเรื่องความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ เรื่องการบริการด้วยมนุษย์สัมพันธ์และกริยาวาจาที่ดีให้กับพนักงานขายมากขึ้น เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงสุด และเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการต่อไป

3. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องที่มีหน้าที่ดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย ก็คือ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ประเทศไทย) หรือที่นิยมเรียกกันตามภาษาพูดว่า กระทรวงไอซีที รวมไปถึง บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในปัจจุบันให้มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และนำไปใช้บริหารจัดการและพัฒนาปรับปรุงในเรื่องพฤติกรรมของวัยรุ่นส่วนใหญ่ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น เรื่องของความฟุ่มเฟือย ค่านิยมในการใช้ของแพงตามแฟชั่น ตามเพื่อน และการเปลี่ยนโทรศัพท์

บ่อย ๆ เป็นต้น โดยขอความร่วมมือไปยังโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ให้ร่วมมือกัน เพื่อจะได้พัฒนาศักยภาพและคุณภาพของนักเรียนนักศึกษาให้เป็นคนที่มีรู้จักค่าของเงิน ประหยัดมัธยัสถ์ และใช้ชีวิตอย่างพอเพียงและเพียงพอ ตามพระราชโองการของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ประเทศไทยจะได้มีคนที่มีความรู้ความสามารถพร้อมทั้งเป็นคนที่ดีที่จะช่วยพัฒนาประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นกว่านี้ในอนาคต นอกจากนี้แล้วหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่าง ๆ ควรจะคำนึงถึงผลประโยชน์ต่อประชาชนที่เป็นผู้บริโภค หรือต่อประเทศชาติมากกว่าการที่จะเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน โดยการให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในทางที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายแก่บุคคลบางกลุ่มหรือหน่วยงานเอกชนบางหน่วยงานที่จะทำให้ประชาชนคนไทยและประเทศชาติเสียหายหรือเสียหายในอนาคตต่อไปได้ เจ้าหน้าที่ภาครัฐจึงควรช่วยกันสอดส่องดูแลและควบคุมตรวจสอบอย่างละเอียดรอบคอบเป็นประจำสม่ำเสมอ อย่าให้ใครฉวยโอกาสทำลายประชาชนคนไทยและประเทศชาติได้

4. นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย นักวิชาการ ผู้ปกครอง ผู้ที่สนใจ ประชาชนทั่วไป และผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ ควรทำการศึกษาหาข้อมูลให้ละเอียดถี่ถ้วนก่อนที่จะตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องต่อไปหรือสินค้าใด ๆ ก็ตาม ว่าเหมาะสมและคุ้มค่ากับเงินที่เสียไปหรือไม่ อย่าตัดสินใจซื้อเพียงแค่เหตุผลส่วนตัวที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์จากสินค้านั้น ๆ อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะผู้ปกครองควรจะแนะนำบุตรหลานถึงการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าใด ๆ ก็ตามว่าควรจะคำนึงถึงความจำเป็นและประโยชน์ที่ได้รับเป็นสำคัญ และไม่ควรถามใจบุตรหลานมากเกินไปจนทำให้เป็นคนที่ไม่รู้ค่าของเงิน และไม่รู้จักค่าของเงิน นอกจากนี้ยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ในการศึกษา หรือเพื่อการสืบค้นข้อมูล หรือนำไปใช้ในการอ้างอิงต่อไป และควรจะนำไปศึกษาต่อในเรื่องของพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของคนรุ่นใหม่ ซึ่งจะได้ทราบถึงข้อดีและข้อเสียที่เกิดขึ้น และรีบนำมาปรับปรุงแก้ไขถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ต่อไป รวมถึงศึกษาเรื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องเก่าที่ไม่ได้ใช้งานแล้วที่มีจำนวนมากขึ้นทุกวันว่าจะนำไปทำอะไรเพื่อให้เกิดประโยชน์ไม่เป็นขยะที่จะทำให้เกิดโทษต่อไปในอนาคต