

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสัญญาณจานดาวเทียมของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายสุขุม อินทนนท์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษา

อ.ดร.ฉัตรพงษ์ แก้วสมพงษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
อ.ดร.วรัทยา ชินกรรม อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสัญญาณจานดาวเทียมของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสัญญาณจานดาวเทียม ตลอดจนพฤติกรรมของผู้ใช้สัญญาณจานดาวเทียม ซึ่งค่าสัญญาณจานดาวเทียมนั้นประกอบด้วย ค่าขาย Truevision ,ค่าขาย CTH ,ค่าขาย GMM และค่าอื่นๆ โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้มุ่งเน้นวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสัญญาณจานดาวเทียม โดยใช้แบบจำลอง Multinomial Logit ซึ่งจากการตรวจสอบเอกสารพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสัญญาณจานดาวเทียม ได้แก่ ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค ค่าใช้บริการต่อเดือน พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ และส่วนผลสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคจำนวน 400 ตัวอย่าง ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ จะเลือกค่าสัญญาณจานดาวเทียมของทางค่าย Truevision มากที่สุด ส่วนผลการวิเคราะห์ โดยใช้แบบจำลอง Multinomial logit พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสัญญาณจานดาวเทียมค่าย Truevision เมื่อเทียบกับค่ายอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านรายได้ของผู้บริโภค ปัจจัยด้านระดับการศึกษาของผู้บริโภค ปัจจัยด้านอาชีพของผู้บริโภค ปัจจัยด้านการฉายรายการซ้ำ (Re-run) ปัจจัยด้านการมี

ศูนย์บริการที่ทั่วถึง ปัจจัยด้านระยะเวลาในการให้บริการรวดเร็ว ปัจจัยด้านระยะเวลาเปิด-ปิดทำการที่เหมาะสม ปัจจัยด้านการได้รับการประกันสินค้า สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสัญญาณงานดาวเทียมค่าย CTH เมื่อเทียบกับค่ายอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านอายุของผู้บริโภค ปัจจัยด้านรายได้ของผู้บริโภค ปัจจัยด้านอาชีพของผู้บริโภค ปัจจัยด้านการฉายรายการซ้ำ (Re-run) ปัจจัยด้านการมีศูนย์บริการที่ทั่วถึง ปัจจัยด้านระยะเวลาเปิด-ปิดทำการที่เหมาะสม ปัจจัยด้านการได้รับการประกันสินค้า และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสัญญาณงานดาวเทียมค่าย GMM เมื่อเทียบกับค่ายอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศของผู้บริโภค ปัจจัยด้านอายุของผู้บริโภค ปัจจัยด้านรายได้ของผู้บริโภค ปัจจัยด้านสถานภาพของผู้บริโภค ปัจจัยด้านการฉายรายการซ้ำ (Re-run) ปัจจัยด้านการได้รับการประกันสินค้า ปัจจัยด้านการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้กับสมาชิก ปัจจัยด้านการแจกของแถมในโอกาสพิเศษ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Factors Affecting the Satellite Tv Service Choice of Consumers in Mueang Chiang Mai District

Author Mr.Sukhum Inthanan

Degree Master of Economics

Advisory Committee Lect.Dr.Nachatchapong Kaewsompong Advisor
Lect.Dr.Warattaya Chinnakum Co-advisor



ABSTRACT

The title of study is Factor Affecting the Satellite TV Service Choice of Consumers in Mueang Chiang Mai District, it's has propose to study factors affecting to choose Satellite TV service and consumer behavior of the Satellite TV Services consumer analyze by Multinomial Logit. From literature review, factor affecting the Satellite TV Service Choice is general characteristics of consumers, monthly service fees, TV programs list consumer behavior, and the marketing mixes which consist of product price place and promotion. The data to study is primary data collect by questionnaire form population amount 400 sample in Mueang Chiang Mai District.

The result shown most of the sample were choose Truevision Satellite TV Service by gender age status education and occupation. And the analysis by Multinomial logit find factors affecting Truevision Satellite TV Service compare other Satellite TV Service is factor consumers income, factor education level of consumer, factor consumers occupation, factor TV programs re-run, factor consumer center service, factor times of service is quickly, factor of time to open and close office is suitable, and factor product guarantee. Factors affecting CTH Satellite TV Service compare other Satellite TV Service is factor consumers age, factor consumers income, factor consumers occupation, factor TV programs re-run, factor consumer center service, factor of time to

open and close office is suitable, and factor product guarantee. And factors affecting GMM Satellite TV Service compare other Satellite TV Service is factor consumers gender, factor consumers age, factor consumers income, factor consumers status, factor TV programs re-run, factor product guarantee, factor members information service, and factor premium gifts of special occasion.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved