

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาและศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา

ผลการศึกษสามารถสรุปได้เป็น 8 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ

ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 7 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ

ส่วนที่ 8 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 62.8 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 37.2 มีอายุ 19 ปี ร้อยละ 27.7 ศึกษาที่คณะวิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 12.8 ศึกษาชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 31.8 พักอาศัยกับครอบครัว ร้อยละ 48.72 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 3,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 29.2

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่ำกว่าวันละ 1 ชั่วโมง ร้อยละ 69.5 ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เวลาระหว่าง 18.00 – 24.00 นาฬิกา ร้อยละ 65.1 ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ร้อยละ 57.4 ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อกับเพื่อน ร้อยละ 78.2 มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 1 เครื่อง ร้อยละ 92.3 เลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ GSM ร้อยละ 34.1 ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเวลา 2 ปี ร้อยละ 32.1 ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อโนเกีย ร้อยละ 64.1 ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีราคาระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 42.6 เลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากร้านค้ารายย่อยทั่วไป ร้อยละ 44.1 ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อบนพื้นที่ ร้อยละ 84.9 ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 300 – 500 บาท ร้อยละ 46.7 การจัดลำดับค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ อันดับหนึ่งด้านค่าอาหาร ร้อยละ 48.2 อันดับที่สองด้านค่านันทนาการต่าง ๆ ร้อยละ 15.6 อันดับที่สามด้านค่าหอพัก ร้อยละ 14.0

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามีค่าสูงสุดในระดับค่าเฉลี่ยมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านรายการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยี ตามลำดับ

1. ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก โดยด้านความสามารถในการใช้งานมีค่าสูงสุดในระดับค่าเฉลี่ยมาก

2. ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง โดยด้านอัตราค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่มีค่าสูงสุด ในระดับค่าเฉลี่ยมาก

3. ด้านรายการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก โดยด้านรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ มีค่าสูงสุด ในระดับค่าเฉลี่ยมาก

4. ด้านช่องทางการจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก โดยด้านศูนย์บริการที่มีใบรับประกันมีค่าสูงสุด ในระดับค่าเฉลี่ยมาก

5. ด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง โดยด้านความเร่งด่วนในการติดต่อมีค่าสูงสุด ในระดับค่าเฉลี่ยมาก

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง โดยปัญหาด้านอัตราค่าบริการรายเดือนมีราคาสูง มีค่าสูงสุด ในระดับค่าเฉลี่ยมาก

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.58) โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าสูงสุด ในระดับค่าเฉลี่ยมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

กรณีนักศึกษาเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.53) โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าสูงสุดในระดับค่าเฉลี่ยมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม และเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 3,001 – 4,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.61) โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าสูงสุด ในระดับค่าเฉลี่ยมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม และเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

กรณีนักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 2,001 – 3,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.58) ในระดับค่าเฉลี่ยมาก โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าสูงสุด ในระดับค่าเฉลี่ยมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม และเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

กรณีศึกษาที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.57) ในระดับค่าเฉลี่ยมาก โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าสูงสุดในระดับค่าเฉลี่ยมาก เรียงตามลำดับ ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม และเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

กรณีนักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 4,001 – 5,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.52) ในระดับค่าเฉลี่ยมาก โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าสูงสุดในระดับค่าเฉลี่ยมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

กรณีนักศึกษาที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.40) ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าสูงสุดในระดับค่าเฉลี่ยมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ส่วนที่ 7 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอันดับที่หนึ่งอยู่ในระดับค่าเฉลี่ย ปานกลาง นักศึกษาเพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอันดับที่สอง ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง

ส่วนที่ 8 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาทต่อเดือน และรายได้ระหว่าง 2,001 ถึง 3,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมเป็นอันดับที่หนึ่ง ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง นักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 4,001 ถึง 5,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอันดับที่สอง ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง นักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 3,001 ถึง 4,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอันดับที่สาม ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง นักศึกษาที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอันดับที่สี่ ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาแบบอิสระเรื่อง พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้สอดคล้องกับทฤษฎีโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคของฟิลลิป คอทเลอร์ สรุปได้ว่า เหตุจูงใจต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มด้วยมีสิ่งกระตุ้นที่ทำให้ความต้องการ ซึ่งประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นภายในของผู้บริโภคเอง ทำให้นักการตลาดสนใจกับสิ่งกระตุ้นภายนอก ซึ่งประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นส่วนประสมทางการตลาด สิ่งกระตุ้นสังคม เทคโนโลยี วัฒนธรรม จากนั้นจึงเกิดการตอบสนองของผู้บริโภค ดังนั้นจากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมโดยรวมของนักศึกษาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยกลุ่มนักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก และเมื่อแยกพิจารณา กลุ่มนักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับค่าเฉลี่ยมากเรียงตามลำดับ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านวัฒนธรรม

สังคม เทคโนโลยีและสอดคล้องกับผลงานวิจัยของคุณพรพรรณ หวลศรี (2541) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยทางด้านราคามีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับมาก

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ และจำแนกตามรายได้ต่อเนื่อง พบว่าเพศและรายได้ต่อเนื่องที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรก คือความสามารถในการใช้งาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาศศิธร อิทธานูเวทิน (2537) ที่พบว่าการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สะดวกในการพกพา นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่มีขนาดเล็ก สะดวกต่อการพกพา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศศิธร อิทธานูเวทิน (2537) ที่พบว่าสะดวกต่อการพกพา

ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศและรายได้ต่อเนื่องพบว่า เพศและรายได้ต่อเนื่องที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาแบบอิสระเรื่องพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ค้นพบว่า นักศึกษาส่วนมากให้ความสำคัญกับการใช้บริการน้อยกว่าวันธรรมดา คือ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ รวมถึงวันที่ไม่มีการเรียน และช่วงเวลาที่ใช้น้อยคือ ระหว่าง 06.00 – 12.00 น. และ 24.00 – 06.00 น. และมีบางยี่ห้อที่มิคนใช้น้อย เช่น พานาโซนิค ซันโย เอนจอย เป็นต้น และส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องที่มีราคาไม่เกิน 10,000 บาท และจะโทรนอกพื้นที่น้อยกว่าในพื้นที่

ปัจจัยด้านราคา

ค้นพบว่า นักศึกษาส่วนมากให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่จากร้านที่มีแผนการผ่อนชำระในระดับน้อย เนื่องจากพบว่านักศึกษาส่วนมากมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท และจากผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนมากเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาไม่สูงมาก

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยี

ค้นพบว่า นักศึกษาส่วนมากให้ความสำคัญกับเพื่อนที่เป็นบุคคลให้คำแนะนำในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับน้อย เนื่องจากพบว่า นักศึกษาที่ไม่ได้พักอยู่กับครอบครัวมีจำนวนกว่าครึ่งที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ค้นพบว่า นักศึกษาส่วนมากให้ความสำคัญปัญหาที่มีราคาแพง ค่าบริการรายเดือนมีราคาแพง สายหลุดบ่อย แบตเตอรี่เสื่อมคุณภาพเร็ว บริการหลังการขายไม่ดี ไม่มีอะไหล่ ค่าซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาแพง

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาแบบอิสระเรื่องพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนมากให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยเฉพาะความสามารถในการใช้งานของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้น บริษัทที่เกี่ยวข้องจึงควรเร่งพัฒนาเทคโนโลยี ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้มีหน้าที่การใช้งานที่ครอบคลุมความต้องการของนักศึกษาและในการออกผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างยอดขายที่สูงของโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านรูปลักษณะหรือแบบของโทรศัพท์ที่ต้องการรูปลักษณะที่ทันสมัย ด้านขนาดของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะต้องมียกขนาดที่พกพาง่ายและกะทัดรัด ด้านน้ำหนักของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่จะต้องมีน้ำหนักที่เบา เพื่อความสะดวกสบายในการพกพา ด้านสีสีนจะต้องมีสีสีนที่สวยงาม โดยออกสีสีนไปตามสีที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนมากให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง โดยเฉพาะด้านอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายเดือน ดังนั้น บริษัทผู้ให้บริการระบบเครือข่ายควรลดราคาอัตราค่าบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่รายเดือน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการมากขึ้น ดังนั้นบริษัทที่เกี่ยวข้องควรเน้นการให้ความสำคัญด้านราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยลดราคาค่าบริการในช่วงที่มีผู้ใช้บริการน้อยรวมถึงด้านบริการการซ่อมให้ใกล้เคียงกับบริษัทอื่น เพื่อสร้างแรงจูงใจมากกว่าการผ่อนชำระ เนื่องจากกลุ่มนักศึกษาไม่ให้ความสำคัญกับแผนการผ่อนชำระ

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนมากให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายในระดับมาก โดยเฉพาะ ด้านศูนย์บริการที่มีใบรับประกัน ดังนั้น บริษัทที่เกี่ยวข้องควรเน้นการรับประกันเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยอาจจะขยายระยะเวลาการรับประกันจาก 1 ปี เป็น 2 ปี เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่นักศึกษา

ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาด

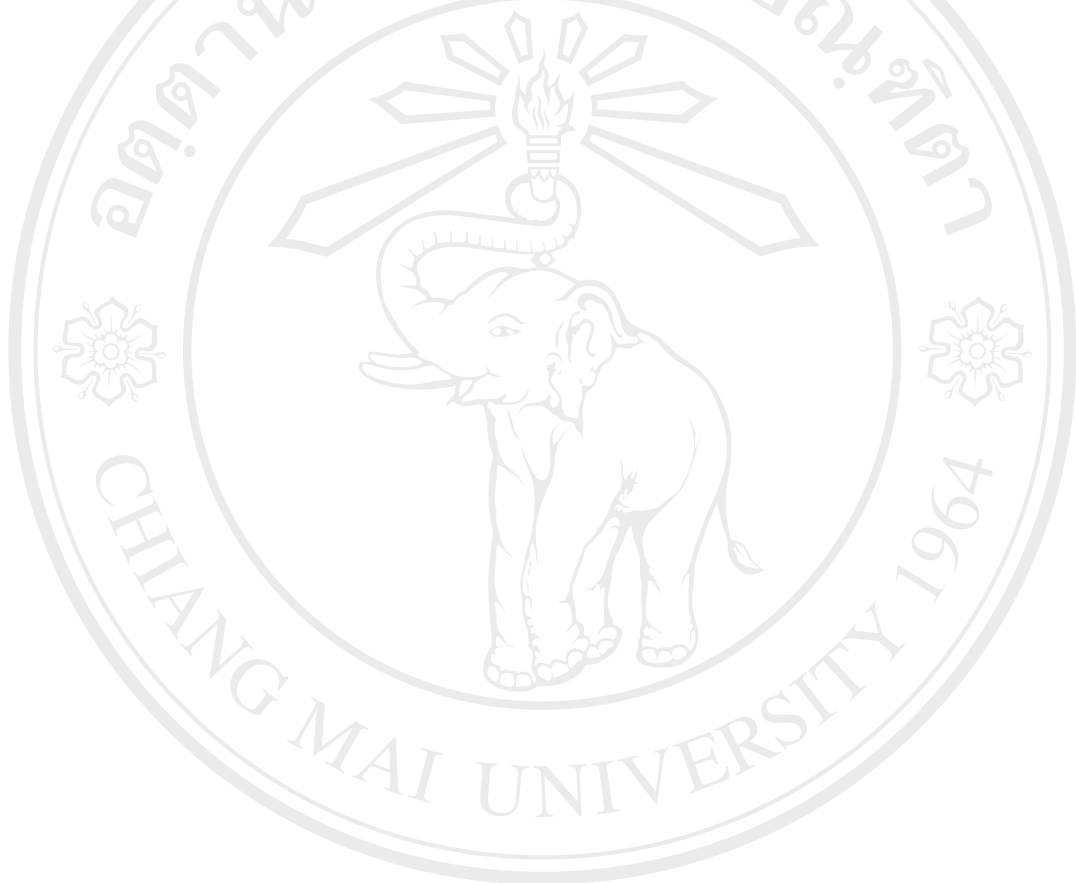
จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนมากให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยเฉพาะด้านรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ดังนั้น บริษัทที่เกี่ยวข้องควรเร่งส่งเสริมรายการขายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลดราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ การลดอัตราค่าบริการรายเดือน การซื้อหนึ่งแถมหนึ่ง หรือการเพิ่มของแถมต่าง ๆ แก่นักศึกษาเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาสนใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ และควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการหลังการขายที่ควรเน้นบริการหลังการขายที่สร้างความประทับใจ เพื่อให้ให้นักศึกษากลับมาใช้บริการอีกหรือเกิดการแนะนำบอกต่อ นักศึกษาส่วนมากที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงเวลาหกโมงเย็นถึงเที่ยงคืน บริษัทที่เกี่ยวข้องควรมีรายการส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาค่าบริการลงเฉพาะในช่วงเวลาหกโมงเย็นถึงเที่ยงคืนเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ช่วงนี้ให้มากยิ่งขึ้นหรือลดค่าบริการลงเฉพาะในช่วงที่นักศึกษาใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่น้อยเพื่อจูงใจให้นักศึกษาใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงเวลานั้น

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม และเทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนมากให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม และเทคโนโลยีในระดับปานกลาง โดยเฉพาะด้านความเร่งด่วนในการติดต่อใช้งาน ดังนั้นบริษัทที่เกี่ยวข้องควรเร่งพัฒนาประสิทธิภาพของโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อตอบสนองความต้องการด้านสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม ที่ต้องการความรวดเร็วฉับไว และจากข้อค้นพบด้านเพื่อนเป็นบุคคลแนะนำให้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยนักศึกษาส่วนมากให้ความสำคัญในระดับน้อย ดังนั้นถือเป็นสิ่งที่ดีที่บุคคลภายในครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางครอบครัวจึงควรสร้างความใกล้ชิดแก่นักศึกษา เพื่อทราบความเคลื่อนไหว และสร้างความรักความอบอุ่นที่จะป้องกันการก่อปัญหาทางสังคมต่อไป

ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนมากให้ความสำคัญต่อปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่านักศึกษาประสบกับปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่
ไม่มาก สะท้อนให้เห็นว่า เทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันได้พัฒนาทั้งประสิทธิภาพ
และคุณภาพได้มากกว่าในอดีต ดังนั้น บริษัทผู้เกี่ยวข้องควรรักษามาตรฐานของประสิทธิภาพและ
คุณภาพ และเร่งวิจัยและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นเพื่อสร้างแรงงูงใจและส่วนแบ่งทางการตลาด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved