

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่
ของวัยรุ่น ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวเนตรนภา นามวงศ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น

ประธานกรรมการ

อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง

กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประชากรคือวัยรุ่นอายุ 14-22 ปี ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่เคยใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 396 ราย มีการกระจายการเก็บข้อมูลทั้งเพศชายและเพศหญิงทุกๆช่วงอายุเท่ากัน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000 - 3,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 1 เลขหมาย โดยใช้บริการระบบชำระค่าบริการล่วงหน้าอย่างเดียว มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อเดือน 201-400 บาท โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้งานอยู่ส่วนใหญ่ สามารถใช้งานในการ รับ-ส่งข้อความสั้น มีกล้องถ่ายรูป รับ-ส่งข้อความมัลติมีเดีย ฟังเพลง ฟังวิทยุ และบันทึกเสียงได้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการข้อความสั้น บริการฝากหมายเลขโทรกลับ การดาวน์โหลดเสียงรอสาย บริการโอนสายอัตโนมัติ บริการข้อความมัลติมีเดีย บริการดาวน์โหลดเสียงเรียกเข้า บริการแจ้งเตือนสายที่ไม่ได้รับ บริการรับข้อมูล/หุ้่น/กีฬา/ข่าว บริการดาวน์โหลดรูปภาพ/โลโก้ และ บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านระบบ WAP/GPRS/EDGE

ตามลำดับ บริการเสริมที่นิยมใช้บริการ 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการรับ-ส่งข้อความสั้น บริการดาวน์โหลดเสียงรอสาย และ บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านระบบ WAP/GPRS/EDGE สื่อที่ใช้ในการดาวน์โหลดบริการเสริมได้แก่ สื่อประเภทระบบตอบรับอัตโนมัติ มีความดีในการให้บริการจำนวน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเสริมเฉลี่ย 50-100 บาทต่อเดือน โดยส่วนใหญ่มีเหตุผลในการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะความชอบส่วนตัว/อยากใช้ ช่วงเวลาที่ใช้บริการเสริม คือช่วงเวลา 17.01 น. – 21.00 น. โดยผู้ที่ริเริ่ม หรือแนะนำ หรือชักชวนให้ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ในแต่ละครั้ง ได้แก่ ตนเอง แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ข้อความสั้นแจ้งข่าวสารจากบริษัทผู้ให้บริการเนื้อหา สื่อโทรทัศน์ และ กลุ่มเพื่อน ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมมีผลในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการ รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านบุคลากร ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Consumer Behavior Towards Using Value Added Services on Mobile Phone of Teenagers in Mueang Chiang Mai District

Author Ms. Netnapha Namwong

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Piyaphan Klunklin

Chairperson

Lecturer Renu Sermboonsang

Member

ABSTRACT

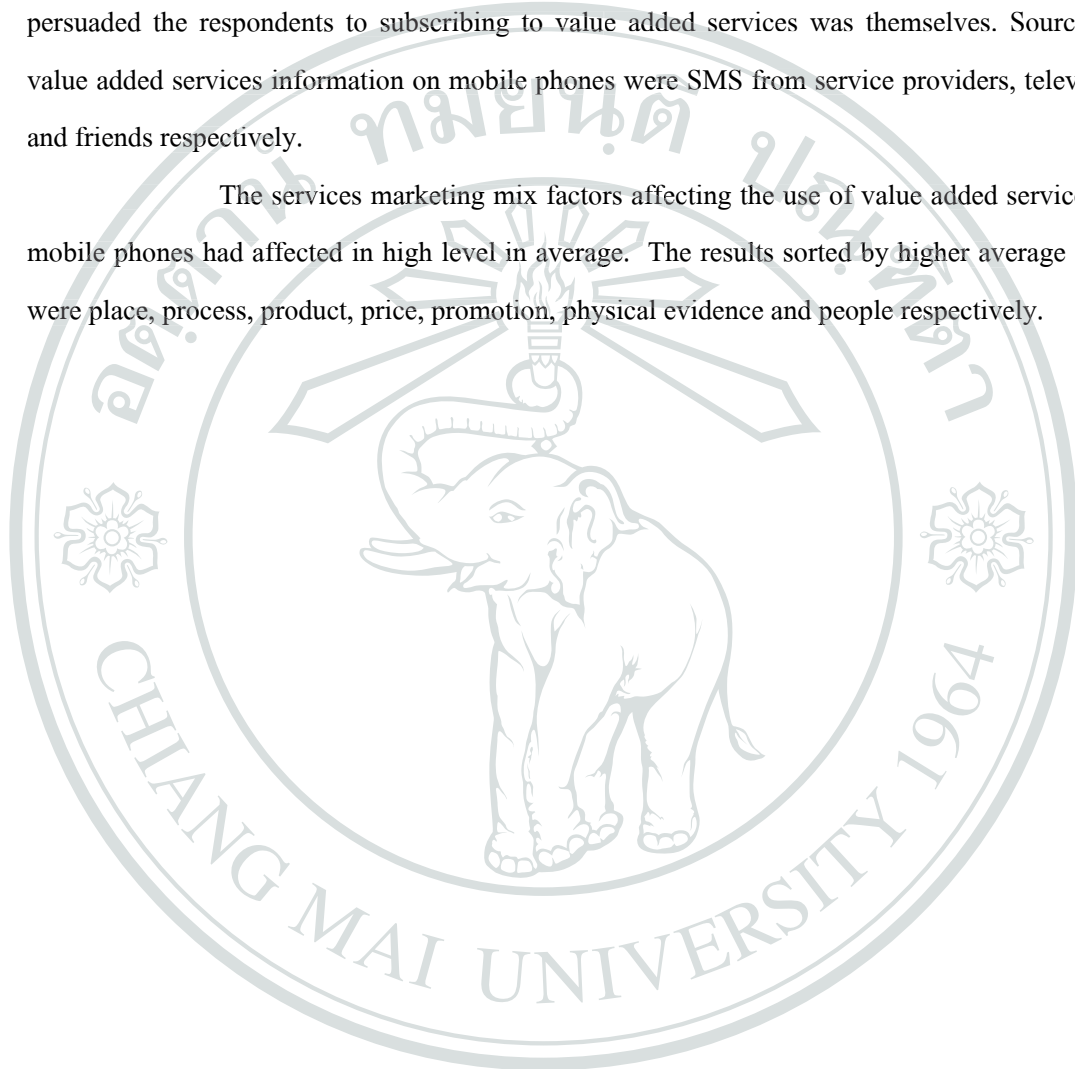
The objective of this independent study was to study consumer behaviour towards using value added services on mobile phone of teenagers in Mueng Chiang Mai District. The data was collected from 396 samples which were the teenagers aged between 14-22 years and used to subscribe to value added services. A questionnaire was an instrument to collect data. Descriptive statistics were used to analyse the data consist of frequency, percentage and average.

The result indicated that the respondents were mostly school students and undergraduate students whose average allowance between 1,000-3,000 Baht. Most of them were prepaid customers and owned only one mobile number. The average expense on mobile phones was 201-400 Baht per month and most of their current mobile phones were functioned with SMS, built-in camera, MMS, music, radio and voice recording.

Most respondents used SMS service, call back service, calling melody, call forwarding service, MMS service, ringtone, missed call alert, info/stock/sports/news services on mobile, picture/logo download and WAP/GPRS/EDGE respectively. Top 3 value added services on mobile phone were received and send SMS service, calling melody and WAP/GPRS/EDGE. The value added services were downloaded via auto attendant and the frequency of use was 1-2 times per week with average expense 50-100 Baht per month. The main reason of value added

services subscription was personal preferences or willing to use. The period of using value added services was between 17.01-21.00 p.m. The person who initiated or recommended or persuaded the respondents to subscribing to value added services was themselves. Sources of value added services information on mobile phones were SMS from service providers, television and friends respectively.

The services marketing mix factors affecting the use of value added services on mobile phones had affected in high level in average. The results sorted by higher average score were place, process, product, price, promotion, physical evidence and people respectively.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved