

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของ
ผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาววรรณ คำดาวแสน

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ	ประธานกรรมการ
รศ.พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์	กรรมการ
ผศ.วัชร พฤทธิกันนท์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน และเพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
เลือกใช้บริการในแต่ละระบบของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เก็บข้อมูลโดยใช้
แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนจำนวน 200 ราย
และกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงินจำนวน 200 ราย การวิเคราะห์
ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปตาราง ความถี่ และร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์
ความสัมพันธ์ใช้สถิติค่าไคว์สแควร์

ผลการศึกษากลุ่มผู้ให้บริการในระบบจดทะเบียน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ
ระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือนอยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่ใช้
บริการของบริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิสจำกัด (มหาชน) และใช้งาน โทรศัพท์มานานมากกว่า 36
เดือน มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์ 501-1,000 บาท วัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์ส่วนใหญ่
เพื่อสนทนาเรื่องส่วนตัว การวิเคราะห์ความคิดเห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนพบว่าในกลุ่มผู้มีอายุน้อย สื่อทางด้านโทรทัศน์มีผลต่อการ
เลือกใช้มากที่สุด ในกลุ่มผู้มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจอัตราค่าบริการคิดตามการใช้งานจริง

พร้อมส่วนลด และความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายที่หลังมีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด ในกลุ่มผู้มีอาชีพมีกิจการส่วนตัวและรับจ้างทั่วไป สื่อทางด้านโทรทัศน์ และโปรโมชั่นค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด ในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยสื่อทางด้าน Internet มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด ในกลุ่มผู้มีรายได้ระดับปานกลางอัตราค่าบริการคิดตามการใช้งานจริงพร้อมส่วนลด ความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายที่หลัง และโปรโมชั่นค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด ส่วนในกลุ่มผู้มีรายได้สูงบริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด

กลุ่มผู้ใช้บริการในระบบเติมเงิน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการพบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการของบริษัทแอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิสจำกัด (มหาชน) และใช้งานโทรศัพท์ไม่เกิน 6 เดือน มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์ไม่เกิน 300 บาท วัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์ส่วนใหญ่เพื่อสนทนาเรื่องส่วนตัว การวิเคราะห์ความคิดเห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ในระบบเติมเงิน พบว่าในกลุ่มผู้มีอายุน้อยสื่อทางด้าน Internet โพรโมชันค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์ และบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัลมีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศ สื่อทางด้าน Internet และความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด ในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยสื่อทางด้าน Internet ที่มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด กลุ่มผู้มีรายได้ระดับปานกลางสื่อทางด้านโทรทัศน์ที่มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด ส่วนในกลุ่มผู้มีรายได้สูงอัตราค่าบริการคิดตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลด ความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้ และโปรโมชั่นค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด

Independent Study Title Consumer Behavior in Choosing Mobile Telephone Services in Mueang District, Chiang Mai Province

Author Miss Wanna Khumdawsan

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Asst.Prof.Dr. Sasipen Phuangsaichai Chairperson

Assoc.Prof. Pornthip Thiantheerawit Member

Asst.Prof. Watcharee Prugsiganont Member

ABSTRACT

This independent study was conducted with the objectives to explore the consumer behavior in choosing mobile telephone services in both post-paid and pre-paid systems and to analyze factors influencing the selection of mobile telephone services of customers in Mueang District, Chiang Mai Province. Data were collected through the questionnaires distributed to 200 customers in post-paid system, and 200 customers in pre-paid system. Descriptive statistics were applied for analysis and presentation in terms of table, frequency, and percentage. In addition, the Chi-square test was used to analyze the relationship.

Based on the results from studying the customers in post-paid system, it was found that most respondents were 21-30 years of age, female with Bachelor's Degree. The majority worked as employees in private companies with 5,001-10,000 baht monthly salary. According to study on their consumer behavior in choosing post-paid services, most of them was found to have used the mobile telephone services from Advanced Info Service Company Limited (Public Company) more than 36 months and spent around 501-1,000 baht for monthly service fee. The aim of their using mobile telephone services was mainly for personal communication. Factors influencing customers to incline towards the selection of post-paid system service were quite different. The

most influencing factor for the group of young respondents in selecting post-paid system was the television media. The most influencing factors for the government/state enterprise officers were the real time basis service rate with some discount and the convenience of post-paid service. Furthermore, television media and the 0.25 baht a minute promotion campaign affected most the selection of post-paid service system by self-employed people and general business employs. It was found that internet media could affect the most the selection of this service by the group of low income earners. Moreover, the real time basis service rate with some discount and the convenience of post-paid service and the 0.25 baht a minute promotion campaign could affect to the greatest extent the group of people having moderate income level. Finally, the after-sale service which offered some shop or restaurant discount coupons affected mostly the group of people with high income.

Based on the study results concerning customers in pre-paid system, it was found that most respondents were 21-30 years of age, female with Bachelor's Degree. The majority were school pupils/university students who got no more than 5,000 baht monthly allowance. According to the study on consumer behavior in choosing mobile telephone services, most respondents were found to have selected the pre-paid service system provided by Advanced Info Service Company Limited (Public Company) for less than 6 months. They paid less than 300 baht a month for the service expenses. The aim of their using pre-paid service system was focused on personal communication. Factors influencing customers towards the selection of pre-paid system service were different among types of customers. For the group of older people, it was the rate for the real service use with some discount. While the internet media, the 0.25 baht a minute promotion campaign as well as the after-sale service like playing games to win the prize would influence mostly the group of young people. For the group of private business employees factors, most influential for selecting this service were the same service rate for use anywhere in Thailand, the internet media, and the controllable service expenses. The factor influenced the most the selection of this service by the group of low income earners was the internet media. However, the television media was found to be the most influencing factor for the selection of this service by the group of moderate income people. Lastly, the real time basis service rate with some discount and the convenience for users to control service expenses along with the 0.25 baht a minute promotion campaign were the most influencing factors for the group of people having high income.