

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาอยู่ 2 วัตถุประสงค์ ซึ่งวัตถุประสงค์แรกคือเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ที่สองคือเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งในการศึกษานี้ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่น ได้ผลการศึกษาดังนี้

#### 5.1 สรุปการศึกษา

##### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างของผู้ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 22-23 ปี กลุ่มคณะที่ศึกษาอยู่ใน กลุ่มคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ชั้นปีที่ศึกษา อยู่ชั้นปีที่ 3 และ 4 มีรายได้ตั้งแต่ 5,001-8,000 บาท แหล่งที่มาของรายได้ต่อเดือนได้มาจาก ผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครองคือพนักงานบริษัทเอกชน และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 20,001-30,000 บาท

##### พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของลูกค้ำที่เลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยทดสอบด้วยวิธีไคว์สแควร์ (Chi-square Test) กำหนดนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่มี

ความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระดับราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ ความสามารถในการทำงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และความเป็นที่นิยมของโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นนั้นๆ ในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

**ปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่** จากผลการจัดอันดับความสำคัญ  
ของปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่

1. **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ การมีความสามารถในการทำงานที่หลากหลาย เช่น แชนตอนไลน์ได้ตลอดเวลา เข้าเว็ บไซต์ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว หรือสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง มากที่สุด รองลงมาคือ สามารถใช้ร่วมกับอุปกรณ์อื่นๆ ได้ง่ายไม่ซับซ้อน เช่น คอมพิวเตอร์
2. **ปัจจัยด้านราคา** ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับ ความสามารถในการทำงานของโทรศัพท์มากที่สุด รองลงมาคือ ราคาของผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลาย
3. **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายช่องทาง เช่น ศูนย์บริการ , ร้านขายโทรศัพท์ทั่วไป และอินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาคือ บริษัทที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งสามารถติดต่อสะดวก
4. **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย** ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ การมีโปรโมชั่นในการส่งเสริมการขาย เช่น แคม

อัตราค่าโทรศัพท์ฟรี หรือแถมอัตราการใช้บนอินเทอร์เน็ตบนมือถือ รองลงมาคือ โปรโมชันในการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตบนมือถือมีให้เลือกอย่างหลากหลาย

**5. ปัจจัยด้านบุคลากร** ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการให้คำแนะนำ และสามารถตอบปัญหา รองลงมาคือพนักงานขายรับผิดชอบดูแลลูกค้าตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการ

**6. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์** ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองลงมาคือเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน

## 5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบลิคเบอร์รี่และโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาธุรกิจทางด้านบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อสรุปได้ดังนี้

**1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสามารถในการทำงานที่หลากหลาย เช่น เซตออนไลน์ได้ตลอดเวลา เข้าเว็บไซต์ต่างได้อย่างรวดเร็ว หรือสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ผู้เลือกซื้อให้ความสำคัญนั้น เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรพัฒนาการแข่งขันด้านความสามารถในการทำงานต่างๆ ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทผู้ผลิตเอง โดยต้องผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถในการทำงานที่หลากหลาย และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

**2. ปัจจัยด้านราคา** จากการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับความสามารถในการทำงานของโทรศัพท์ ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และความสามารถในการทำงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่

ไม่ควรตั้งราคาให้สูงจนเกินไป แต่ปัจจุบันสถานการณ์ทางการค้ามีมากขึ้น ผู้แข่งขันมีจำนวนมากขึ้น ดังนั้นการกำหนดราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ช่วยดึงดูดใจของผู้บริโภคให้มีการซื้อมากขึ้น และเพิ่มช่องทางในการชำระค่าสินค้า เช่น การให้สินเชื่อ การชำระผ่านบัตรเครดิต เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างสูงมากได้

**3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการที่สามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายช่องทาง เช่น ศูนย์บริการ, ร้านขายโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้ประกอบการควรหาแนวทางเพื่อขยายสาขาและเพิ่มแนวทางในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคให้ขึ้น เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการผู้บริโภค

**4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย** จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีโปรโมชั่นในการส่งเสริมการขาย เช่น แคมเปญลดราคา โทรศัพท์ฟรี หรือแถมอัตรารายวันบนมือถือ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีการวางแผนในการทำโปรโมชั่นต่างๆ ที่จะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้มากขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งยังต้องมีการพัฒนากลยุทธ์วิธีการต่างๆ ที่จะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้มากขึ้นกว่าเดิม ต้องมีการพัฒนากลยุทธ์วิธีการต่างๆ ที่จะดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มลูกค้าทั่วไป เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ได้

**5. ปัจจัยด้านบุคลากร** จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการที่พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการให้คำแนะนำ และสามารถตอบปัญหาได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงและพัฒนาบุคลากรที่เป็นพนักงานขายให้มีประสิทธิภาพ และมีความพร้อมที่จะให้คำปรึกษาและให้บริการแก่ผู้บริโภค

**6. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์** จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาการแข่งขันในด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต โดยต้องให้มีความซื่อสัตย์ โปร่งใสในการให้บริการกับผู้บริโภค

### 5.3 ข้อจำกัดในการศึกษา

ในการศึกษานี้ ด้วยระยะเวลาที่จำกัดทำให้การเก็บข้อมูลไม่ได้ครอบคลุมในทุกพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่น ข้อมูลที่ได้ศึกษาเพียงวัตถุประสงค์หลักด้านเดียว ไม่ได้ศึกษาวัตถุประสงค์ในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่นในแต่ละด้านอย่างละเอียด การศึกษาครั้งต่อไปจึงเห็นควรว่าควรจัดเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมทุกพฤติกรรมในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสลิคเบอร์รี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดอื่น เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคได้มีการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในหลายวัตถุประสงค์ ไม่ใช่เพียงแค่วัตถุประสงค์ด้านเดียว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ให้ได้ผลที่ตรงกับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น