

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายสรายุทธ์ สิริธนากิจ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ
รองศาสตราจารย์ สิริเกียรติ รัชชานันติ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 ราย โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก 5 ระบบ ประกอบด้วย GSM Advance, GSM1800, DTAC, Orange และ Thai Mobile ตัวอย่างระบบละ 70 รายเท่ากัน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด อายุระหว่าง 20-25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียนนักศึกษามากที่สุด มีรายได้ส่วนตัวน้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 1 เลขหมาย โดยคิดว่าระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ดีที่สุดคือ ระบบ GSM Advance ซึ่งส่วนใหญ่มีรูปแบบบริการประเภทที่ผู้ใช้บริการจะต้องชำระเงินล่วงหน้า (Prepaid) โดยมีค่าใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (รวมทุกเลขหมาย) น้อยกว่า 500 บาทต่อเดือน นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังต้องการใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบันต่อไป และส่วนใหญ่ต้องการจะใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ GSM Advance หากเลิกใช้บริการระบบที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน

ส่วนผลการศึกษเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ใช้บริการให้ระดับความสำคัญมากทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับ ดังนี้ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล (พนักงานของบริษัทประจำศูนย์บริการ) ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพของศูนย์บริการของบริษัท ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่) และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ โดย

ปัจจัยด้านกระบวนการปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านการแจ้งค่าใช้บริการมีความถูกต้องและง่ายในการตรวจสอบ รองลงมา ได้แก่ ด้านขั้นตอนในการเปลี่ยนแปลงโปรโมชันในการใช้งานไม่ยุ่งยากซับซ้อน และด้านการเปิดใช้งานตรงตามเวลาที่กำหนด ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการมากที่สุดคือ ด้านคิดค่าบริการเป็นวินาที รองลงมา ได้แก่ ด้านค่าบริการรายเดือนถูกสามารถเลือกตามความเหมาะสมในการใช้งาน และไม่คิดค่าบริการรายเดือน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคคลปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านพนักงานมีทักษะและประสิทธิภาพในการทำงาน รองลงมา ได้แก่ ด้านพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า และด้านมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ รองลงมา ได้แก่ ด้านชื่อเสียงของระบบเป็นที่เชื่อถือ และด้านศูนย์บริการมีข้อมูลและความรู้ในเรื่องของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านมีศูนย์ชำระเงินค่าบริการจำนวนมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านมีศูนย์บริการของบริษัทจำนวนมาก และด้านศูนย์บริการ/ศูนย์ชำระเงิน มีที่จอดรถเพียงพอ สะดวกสบาย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือการบริการปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ รองลงมา ได้แก่ ด้านสัญญาณชัดเจน มีความต่อเนื่อง สายไม่หลุดง่าย และ โทรออก/เข้าได้ง่าย (มีช่องสัญญาณเพียงพอ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านมีรายการส่งเสริมการขายค่าบริการฟรี (ค่าโทร) รองลงมา ได้แก่ ด้านมีรายการส่งเสริมการขายค่าบริการรายเดือนฟรี และด้านโปรโมชันตามช่วงเวลา ตามลำดับ

Independent Study Title Services Marketing Mix Factors Affecting the Consumers' Purchase of Mobile Telephone System in Mueang District, Chiang Mai Province

Author Mr. Sarayooth Sirithanakij

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Sirikiat Ratchusanti

ABSTRACT

The objective of this research is to study what are the factors of Services Marketing Mix affecting the purchase of mobile telephone system in Mueang District, Chiang Mai Province. 350 samples, 70 from 5 different systems : GSM Advance, GSM1800, DTAC, Orange and Thai Mobile, for this Study were selected using Convenience Sampling at the 95 % Confidence level. Descriptive statistics used in data analysis were: frequency, percentage, and means

The results from the study showed that the most of the consumers who answered the questionnaire were: female, single, student, 20-25 years old, holding bachelor degree, and earned less than THB 5,000 a month. Most of the consumers owned one mobile telephone number and their opinions for the best of the mobile telephone system was GSM Advance. Most of the consumers used prepaid type. Monthly expense of using mobile telephone was less than THB 500 a month. In addition, most of the consumers still used the present mobile telephone system and using a GSM Advance if quitted the present mobile telephone system.

All rights reserved

The factors affecting of Services Marketing Mix affecting the purchase of mobile telephone system could be concluded as follows:

Consumers indicated The Services Marketing Mix factors was important for all factors that affected the purchase of mobile telephone system. The order of Services Marketing Mix was: Process, Price, People, Physical Evidence, Place, Product and Service, and Promotion, accordingly.

The Sub-factors of Process factor mostly affected the purchase of mobile telephone system was: accuracy Billings and easy to check, uncomplicated of changing in promotion, and activation of service on time, respectively.

The Sub-factors of Price factor mostly affected the purchase of mobile telephone system was: the Air-time calculate by second, the cheap charge and suitability for usage on monthly fee, and the zero charge on monthly fee, respectively.

The Sub-factors of People factor mostly affected the purchase of mobile telephone system was: the skill and efficiency of service staff, understandability in customers of service staff, and solvability of service staff, respectively.

The Sub-factors of Physical Evidence factor mostly affected the purchase of mobile telephone system was: modernization of tools and equipment for services, trust in fame of service provider. and obtainable information and knowledge from Service Center, respectively.

The Sub-factors of Place factor mostly affected the purchase of mobile telephone system was: many of pay point service center, enough and convenience of car parking, and many of Service Center, respectively.

The Sub-factors of Product and Service factor mostly affected the purchase of mobile telephone system was: nationwide coverage of mobile telephone linkage, clarity of call connection, and ease of incoming call and outgoing call, respectively.

The Sub-factors of Promotion factor mostly affected the purchase of mobile telephone system was: zero charge on service, zero charge on monthly fee, and duration of Promotion, respectively.