



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3 จี
เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร
Factors Influential to The Decision to Choose 3G Mobile Phone Service
in Bang Bon District Bangkok

การค้นคว้าอิสระ
ของ
วิโรจน์ รงค์กัทธิ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันรัชต์ภาคย์
พุทธศักราช 2559

วิโรจน์ รงค์ภักดี (2559) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ

3 จี เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ชนินทร์ วิชชุลดา

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3 จีของผู้บริโภค เขตบางบอน กรุงเทพมหานครเป็นการวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของผู้บริโภค ปัจจัยจูงใจและการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3 จีของผู้บริโภค เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะของผู้บริโภคกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3 จีของผู้บริโภค เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3 จีของผู้บริโภค เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร กับปัจจัยจูงใจ ประกอบด้วย ด้านการรับรู้เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3 จีด้านพฤติกรรมการใช้งานบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และด้านลักษณะงานที่ต้องการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3 จี ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานครจำนวน 400 คนใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test หรือความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA หรือ F-test) และการทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า 1) การตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3 จีของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และ ด้านพนักงาน/ผู้ให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ปัจจัยจูงใจด้านการรับรู้เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3 จี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดและด้านลักษณะการใช้งานที่ต้องการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2) ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3 จี ไม่แตกต่างกัน และระดับการศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) การตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3 จี มีความสัมพันธ์ทางลบกับปัจจัยจูงใจด้านการรับรู้เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3 จี ในระดับต่ำ และด้านลักษณะการใช้งาน

ที่ต้องการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับต่ำมาก และมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้าน พฤติกรรมการ
ใช้งานบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ABSTRACT

The objectives of this survey research on factors influential to the decision to choose 3G mobile phone service in Bang Bon district, Bangkok Metropolis were to 1) study personal factors of consumers, motivating factors, the decision to choose 3G mobile phone service. 2) to study the decision to choose 3G mobile phone service based upon different personal factors of consumers 3) to study the relationship between the decision to choose 3G mobile phone service and motivating factors (awareness of 3G mobile phone system, behavior on the use of service, desired features). Samples included 400 3-G mobile phone consumers in Bang Bon district. Questionnaire was used as a tool to collect the data. Statistics used in this study included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test or one-way analysis of variance., multiple comparison tests using Scheffe', Pearson's correlation coefficient . Level of significance used was 0.05.

Outcome of the study revealed that 1) the score on the decision to choose 3G mobile phone service, on average, was highest. The scores on physical appearance, product, marketing promotion, were highest on average while the scores on service personnel, price, channel of distribution or place, servicing process were high on average. The scores on awareness of 3G service, desired features were highest on average 2) consumers with different sex, age, marital status, occupation, monthly income did not differ in their decision to choose the service while consumers with different education did differ in their decision at 0.05 level of significance. 3) the decision to choose the service was negatively correlated to awareness of service (relationship was low) and also was negatively correlated to desired features (the relationship was minimal). On the other hand, the decision to choose the service was positively correlated to behavior on the use of service, although the relationship was low. These tests were based upon 0.01 level of significance.