

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการธุรกิจออนไลน์บนมือถือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ตลอดจนลำดับความสำคัญที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์ ในขั้นต้นจะเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่ออธิบายถึงลักษณะของพัฒนาการของโทรศัพท์มือถือ และภาพรวมของธุรกิจสื่อสารไร้สายในประเทศไทย จากนั้นเป็นการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ เพื่อดูปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการธุรกิจออนไลน์บนมือถือ โดยการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิต

การศึกษา การใช้บริการออนไลน์บนมือถือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ในช่วงปี 2547-2549 พบว่า เพศชาย มีสัดส่วนการเคยใช้บริการออนไลน์บนมือถือมากกว่าเพศหญิง โดยผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี จะมีสัดส่วนของผู้ที่ใช้บริการออนไลน์บนมือถือค่อนข้างสูง และพบว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงก็จะมีบริการออนไลน์บนมือถือในสัดส่วนที่มาก และพบว่า สาเหตุในการใช้บริการออนไลน์บนมือถือของผู้บริโภคที่พบส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากค่านิยมและแฟชั่น และจากการศึกษาถ้ารัฐบาลการให้บริการออนไลน์บนมือถือของผู้บริโภคมาเป็นส่วนลดภาษีของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคจะหันมาใช้บริการออนไลน์บนมือถือมากขึ้น ในส่วนของ การวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติพบว่า เพศ รายได้ ผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว พนักงานเอกชน และ นักเรียน นิสิต นักศึกษา มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการใช้บริการออนไลน์บนมือถือของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

The objectives of this study are to analyze the factors determining consumer behavior in mobile phone in greater Bangkok area including an order of importance that cause influence for determining demand. This study is separated into two parts. The first part is the descriptive analysis for explanations for nature of development for mobile phone and wireless communication business in Thailand. While the second part is econometric analysis, which measures the factors determining consumer behavior in mobile phone value add service (VAS) by using Logit Model.

The analysis finds that, during 2004-2006, men are using value add service more than women. The age between 21-30 years old trend to used VAS more than other generation. The study finds that who have higher education trend to using VAS frequently. Value judgment and fashion cause the most using VAS. The study finds if government using VAS for discounting consumer tax will increase VAS consumer. For econometrics finds sex, income, user occupation in field of business and student have influence statistic significantly in consumer behavior in mobile phone in greater Bangkok area.