

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่มือสองจำแนกตามสถานภาพด้านเพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพหลัก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนทั่วไปซึ่งเคยซื้อเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่มือสอง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, ค่าโคสแควร์, t-test, ANOVA และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe Analysis การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS V.11

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ก่อนที่จะซื้อเครื่องมือสอง ยี่ห้อโนเกียได้รับความนิยมมากที่สุด คุณภาพของเครื่องมือสองเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้พิจารณา ก่อนซื้อ เคยเปลี่ยนเครื่องมาแล้ว 0-2 ครั้ง เหตุผลเนื่องจากชำรุด/เสียหาย ความถี่ในการเปลี่ยนเครื่องอยู่ที่ระยะเวลา 1 ปีไม่เกิน 2 ปี มีความรู้ปานกลางเกี่ยวกับเครื่องมือสอง ราคาที่ซื้อประมาณ 5,000-10,000 บาท ชำระด้วยเงินสด แต่ถ้ระบบผ่อนชำระเวลา 6 เดือนเหมาะสมที่สุด โดยศึกษาข้อมูลจากนิตยสารเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่มือสอง ซื้อจากร้านขายเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ร้านที่จำหน่ายต้องมีความน่าเชื่อถือ/ไว้วางใจได้ มีการรับประกันเครื่อง เหตุผลที่ซื้อเพื่อใช้สนทนาในชีวิตประจำวันและเรื่องส่วนตัว ใช้ระบบ GSM ช่วงเวลาที่ใช้มากที่สุดคือ 18.01-24.00 น. จ่ายค่าบริการแบบใช้บัตรเติมเงิน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 301-500 บาท เมื่อไม่ใช้งานจะขายให้กับร้านที่รับ-ซื้อขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พืชภัยของโทรศัพท์เคลื่อนที่มือสอง เมื่อหมดสภาพการใช้งานจะเพิ่มจำนวนขยะอิเล็กทรอนิกส์ และรู้สึกเสี่ยงเกี่ยวกับคุณภาพของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่มือสอง อย่างไรก็ดีสำหรับทัศนคติของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่มือสองโดยภาพรวม 5 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ประสิทธิภาพการทำงาน มีใบรับประกันสินค้า คุณสมบัติของเครื่อง และความคงทนของอุปกรณ์

การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่มือสอง กับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิงจะให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งพิจารณาข้อมูล และการจ่ายค่าบริการมากกว่าเพศชาย ส่วนทางด้านอายุ, วุฒิการศึกษา, อาชีพหลัก, และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่สัมพันธ์กับยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่มือสอง ความถี่ในการซื้อ ราคาของเครื่อง แหล่งที่เคยซื้อ แหล่งพิจารณาข้อมูล ระบบ/เครือข่ายที่ใช้ การจ่ายค่าบริการ และความเสี่ยงจากการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่มือสอง สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่มือสอง จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ด้านเพศมีความแตกต่างกัน 4 รายการ ด้านอายุมีความแตกต่างกัน 10 รายการ ด้านวุฒิการศึกษามีความแตกต่างกัน 7 รายการ ด้านอาชีพหลักมีความแตกต่างกัน 2 รายการ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความแตกต่างกัน 7 รายการ การวิจัยครั้งนี้ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

The purpose of this study was to investigate consumers' behaviors and attitudes towards decision to buy second-handed mobile phones, taking into consideration their sex, age, educational background, occupation, and average monthly income. The informants of this study were 400 people who used to buy second-handed mobile phones. Questionnaires were used to collect the data. Percentage, arithmetic mean, standard deviation, Chi-square, t-test, ANOVA, and Scheffe Analysis were used to analyze the data via SPSS V.11 software.

It was found that most informants used to use mobile phones before buying the second-handed ones. Nokia was the most popular brand. Quality was a major factor for consideration. They used to buy the new ones 0-2 times because of the damage of the old ones. The frequency of changing a new one was 1-2 years. They had moderate knowledge in second-handed mobile phones. The price they could afford was 5,000-10,000 baht. They paid in cash, but six month installment was preferable. Information of mobile phones was obtained from mobile phone magazines. Their mobiles were generally bought from the reliable shops giving warranty. The reasons to buy were for everyday life communication and personal matters. GSM system was their favorite. They usually used their phones from 18.01-24.00 hour. Pre-paid card amounted 301-500 baht was preferably purchased. When they did not want to use the phones, they sold them to the second-handed shops. As for the danger of second-handed mobile phones, the respondents realized that the out-of-order phones would add up electronics waste, and it was a risk to use the second handed. With respect to consumers' attitudes, the study showed that their buying decision depended on appropriateness of price, efficiency of the phone, warranty, qualification of the phones, and their duration.

The comparison of consumers' behaviors with different personal status revealed that female informants were interested in information sources and service charges more than the male. The consumers' age, educational background, occupation and income were found related to selection of brands, buying frequency, prices, shop acquaintances, information sources, network systems, service charge payment, and risk to buy the second-handed. The comparison of attitudes of consumers with different personal status indicated differences in 4 items related to sex, 9 to age, 7 to educational background, 2 to occupation, and 7 to monthly income. The statistical significance of this study was set at .05.