

การศึกษามี 3 วัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง (3) เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้จากการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย โดยแยกเป็น 4 กลุ่มอาชีพดังนี้ กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยโยนก กลุ่มข้าราชการศาลากลาง จังหวัดลำปาง กลุ่มพนักงานธนาคาร และกลุ่มประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว SME โดยเลือกมาอาชีพละ 50 ราย โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการใช้งานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการสนทนา โดยมีความถี่ในการใช้บริการทุกวัน วันละไม่เกิน 2 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 06.01 – 12.00 น. มีจำนวนซิมการ์ดที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบันจำนวน 1 ซิม บริษัทบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้งานในปัจจุบัน คือ AIS ใช้ซิมการ์ดแบบบัตรเติมเงิน ซื้อซิมการ์ดในราคา 50-200 บาท นิยมซื้อซิมการ์ดจากร้านค้าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วไป เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร รู้จักบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จากสื่อโฆษณา ลักษณะของการซื้อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เลือกซื้อโดยตนเอง และไม่เคียดคิดที่จะเปลี่ยนบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน

ในการศึกษาคั้งนี้ แบ่งปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ออกเป็น 5 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ นั้น กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทที่ผลิตมากที่สุด ปัจจัยด้านราคา นั้น กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ มากที่สุด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นั้น กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับที่บริษัทที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ มากที่สุด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด นั้น กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการโฆษณาทางทีวี มากที่สุด ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ นั้น กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยด้านการที่บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้งานง่ายขึ้น มากที่สุด

ปัญหาของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ นั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคมีปัญหาในการเปลี่ยนโปร โมชั่นบ่อย ๆ

ส่วนข้อเสนอแนะกลุ่มตัวอย่างเสนอแนะให้มีข่าวสารทางด้านบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่

This independent study has three purposes. The first goal is to study consumer behavior in selecting mobile telephone service in Muang District, Lampang. The second goal is to study various factors affecting consumer behavior on choosing mobile telephone service in Muang District, Lampang. The third goal is to study problems and feedback from mobile telephone service users in Muang District, Lampang.

Primary data was gathered from questionnaires distributed to 200 random samples from four professional groups: (1) students from Yonok University (2) government officials working in Lampang's city hall (3) bank employees (4) SME groups. Each group was chosen to complete no more than 50 samples through random sampling descriptive statistics were used to analyze the data.

The study results clearly indicated that the majority of samples in all 4 groups main purpose for using mobile telephone service in general conversation for daily use of no more than

two hours during the time period of 06.01 – 12.00 a.m. Also, secondly all of the samples possessed only 1 SIM card and usually bought their SIM card from general mobile telephone service shops in the price range of 50 – 200 Baht. In addition, the main reason in purchasing mobile telephone service was for communication. The majority samples often noticed brief details of mobile telephone service from advertisement, chose mobile telephone service by themselves, and never thought of changing their current mobile telephone service.

This study had classified reasons which had importantly affected when choosing mobile telephone service into 5 factors: (1) product and service (2) pricing (3) purchasing channels (4) promotion (5) other factors.

When studying each factor affecting when choosing mobile telephone service, the results indicated that for the product and service factor, most of sample consumers strongly emphasized on the reputation of service providers when choosing their service plan. For pricing factor, the sample consumers importantly underlined the price of mobile telephone service plans. For purchasing channel factor, the sample consumers heavily chose the mobile telephone service provider who has the most distribution channels. For promotion factor, the sample consumers significantly agreed that T.V. advertisement from mobile telephone service plans firmly affected their buying decision. For other external factors, the sample consumers solidly selected mobile telephone service providers who have the most convenient support services.

The main problems related to mobile telephone service, is consumers currently experience constantly changing service promotion plan from mobile telephone service providers. The samples anonymously provided feedback that they would like mobile telephone service providers to more communicating channels as well as offer clear, accurate, no-hidden information on service promotion plans.