



อุปสงค์ต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภค
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วาสนา งามแสงสุทธิ

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กันยายน 2554



ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



**อุปสงค์ต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภค
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**

วาสนา งามแสงฤทธิ์

**การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต**

**บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กันยายน 2554**

อุปสงค์ต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภค
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

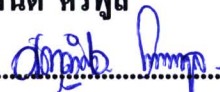
วาสนา งามแสงฤทธิ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ

ผศ.วสันต์ สิริพุด

.....กรรมการ

อ.ดร.กัญญ์ชล วัฒนากุล

.....กรรมการ

ผศ.ดร.นิติต พันธมิตร

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

อ.ดร.กัญญ์ชล วัฒนากุล

.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

ผศ.ดร.นิติต พันธมิตร

5 กันยายน 2554

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของ อ.ดร.กัญญชล วัฒนากุล ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้เสียสละเวลาในการให้ความรู้ คำแนะนำและคำปรึกษาที่มีประโยชน์ต่อการศึกษา อีกทั้งให้ความช่วยเหลือและให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้านอย่างดียิ่งรวมถึงการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ซึ่งผู้เขียนขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอบพระคุณ ผศ.วสันต์ ศิริพูล ประธานกรรมการสอบ อ.ดร.กัญญชล วัฒนากุล และ ผศ.ดร.นิสิต พันธมิตร กรรมการการค้นคว้าแบบอิสระที่ได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าต่อการศึกษา พร้อมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อันส่งผลให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ดี สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอบพระคุณคณาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณาจารย์รับเชิญทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ ขอบขอบคุณข้าราชการ เจ้าหน้าที่ตลอดจนบรรณารักษ์ห้องสมุดของคณะเศรษฐศาสตร์ที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือบริการประสานงานด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดียิ่งตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงเจ้าของสถานที่ต่าง ๆ ที่กรุณาอำนวยความสะดวกและอนุญาตให้ผู้เขียนได้ไปเก็บแบบสอบถาม และที่สำคัญที่สุดคือ ขอขอบคุณผู้ที่ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์และเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามและให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่กรุณาให้ข้อมูลและชี้แนวทางในการค้นคว้า รวมไปถึงเพื่อนนักศึกษาปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ (ภาคพิเศษ) รุ่นที่ 16 รุ่นพี่และรุ่นน้อง นักศึกษาปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ (ภาคพิเศษ) รุ่นที่ 15 และรุ่นที่ 17 ที่ให้กำลังใจ และสนับสนุนในการศึกษาครั้งนี้จนสำเร็จได้สมบูรณ์

สุดท้ายนี้หากการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้สนใจข้อมูล ผู้เขียนขอขอบความดีงามให้แก่ คุณพ่อประยุทธ์ งามแสงฤทธิ์ บิดาผู้ล่วงลับไปแล้ว และ คุณแม่แสงเพชร งามแสงฤทธิ์ พี่น้อง และหลาน ๆ ผู้ที่ให้การดูแลและเป็นกำลังใจที่สำคัญยิ่งในการศึกษามาจนทุกวันนี้ ในส่วนของความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้เขียนขออภัยไว้เพียงผู้เดียว

วาสนา งามแสงฤทธิ์

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

อุปสงค์ต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาววาสนา งามแสงฤทธิ์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อ.ดร.กัญญชล วัฒนากุล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
ผศ.ดร.นิสิต พันธมิตร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

242895

การศึกษาเรื่อง อุปสงค์ต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ ประการแรก เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค อุปสงค์ของผู้บริโภค และพฤติกรรมของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน ประการที่สอง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์และความพึงพอใจของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน โดยการศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาโดยใช้วิธีการสำรวจรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 400 ตัวอย่าง จากประชากรผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนส่วนใหญ่เป็นหญิงโสด อายุระหว่าง 21 – 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือน ส่วนอุปสงค์ของผู้บริโภคต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน ส่วนใหญ่นิยมใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนที่มีความจุของหน่วยความจำที่ 16GB ซึ่งมีระดับราคาอยู่ที่ช่วง 20,001 – 25,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่ซื้อมาใช้ได้ไม่เกิน 1 ปี จากร้านผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับลิขสิทธิ์โดยตรง ด้วยการชำระเป็นเงินสด ส่วนการชำระค่าบริการรายเดือนส่วนใหญ่ใช้ระบบเหมาจ่ายรายเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายประมาณ 501 – 1,000 บาทต่อเดือน ส่วนในด้านพฤติกรรม ของผู้บริโภค โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์ครั้งละประมาณ 6 – 15 นาทีต่อครั้ง และปริมาณการใช้ต่อวันประมาณ 6 – 10 ครั้ง ส่วนกิจกรรมต่าง ๆ ที่นิยมทำมากที่สุด คือ การใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต การใช้เข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการใช้โทรออก – รับสาย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนที่สำคัญอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านรสนิยมของผู้บริโภค ส่วนด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนพบว่า ปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจแก่ ผู้บริโภคระดับมากที่สุดได้แก่ คุณสมบัติในเรื่องความสามารถที่หลากหลายของโทรศัพท์

Independent Study Title Demand for iPhone Mobile of Consumers
in Mueang District, Chiang Mai Province

Author Miss Wassana Ngamsaengrit

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Lect.Dr. Kunchon Wattanakul	Advisor
Asst.Prof.Dr. Nisit Panthamit	Co-advisor

ABSTRACT

242895

The objectives of this study were (1) to study the general characteristics, demand, and behavior of iPhone mobile consumers, and (2) to study the factors affecting consumer demand and the satisfaction of the iPhone mobile buyers. This study used survey method by collecting primary data based on closed end accidental sampling of 400 iPhone mobile users population in Mueang district of Chiang Mai.

The results of the study showed that consumers who use iPhone mobile were mostly single women aged between 21 -30 years and hold bachelor degree. Mainly working as private company's employees and had median income not more than 15,000 baht per month. The most of the iPhone mobile users prefer the one with 16GB capacity of memory; price levels in the range of 20,001 – 25,000 baht; mainly bought and used for less than one year; bought from the authorized vendors and buying with cash. The monthly fee paid was practiced in most systems. The cost was about 501 – 1,000 baht per month. Regarding to the behavior of the iPhone mobile consumers, it revealed that most consumers each time use the phone for about 6 – 15 minutes and used about 6 – 10 times per day. For the most popular activities were internet access, online social network and outgoing calls – incoming calls.

The most important factor affecting the demand of iPhone mobile was product, next were price of the product and the tastes of consumers. Finally, it was found that a wide variety of iPhone products was the most important factor that maximize consumers satisfaction.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	6
1.4 ขอบเขตการศึกษา	7
1.5 นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand)	10
2.1.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Theory of Marketing Mix)	12
2.1.3 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior)	15
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
2.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	26
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	29
3.2 ข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	29
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
3.4 วิธีการศึกษา	30

3.5 วิเคราะห์ข้อมูล	31
3.6 สถิติที่ใช้ในการศึกษา	31

บทที่ 4 ผลการศึกษา

4.1 ข้อมูลด้านลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	
4.1.1 เพศ	34
4.1.2 อายุ	35
4.1.3 สถานภาพ	36
4.1.4 ระดับการศึกษา	36
4.1.5 อาชีพ	37
4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	38
4.2 โครงสร้างอุปสงค์และพฤติกรรมต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	
4.2.1 จำนวนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน (รวมทุกยี่ห้อ)	39
4.2.2 ความจุของโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนที่ใช้	40
4.2.3 ราคาที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน	40
4.2.4 สถานที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน	41
4.2.5 วิธีการชำระเงินค่าเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน	43
4.2.6 ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนเครื่องปัจจุบัน	43
4.2.7 เครือข่ายที่ใช้บริการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน	44
4.2.8 ระบบการชำระเงินค่าบริการที่ใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน	45
4.2.9 ระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนเฉลี่ยต่อครั้ง(ส่วนใหญ่)	45
4.2.10 ความถี่ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนเฉลี่ยต่อวัน	46
4.2.11 ค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนเฉลี่ยต่อเดือน	47
4.2.12 จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อวันในการทำกิจกรรมต่าง ๆ บน โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน	48
4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	
4.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	56

4.3.2	ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์	56
4.3.3	ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	57
4.3.4	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	57
4.3.5	ปัจจัยด้านพนักงานขาย	58
4.3.6	ปัจจัยด้านสังคม	58
4.3.7	ปัจจัยด้านรสนิยมของผู้บริโภค	59
4.4	ความพึงพอใจต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	
4.4.1	ด้านรูปร่างและขนาด	64
4.4.2	ด้านเทคโนโลยี	65
4.4.3	ด้านความสามารถหลากหลาย	65
4.4.4	ด้านการรับประกัน	65
4.4.5	ด้านราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่	65
4.4.6	ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์	66
4.4.7	ด้านโปรแกรมส่วนลดและของแถม	66
4.4.8	ด้านโปรแกรมชั้นการผ่อนชำระกับบัตรเครดิต	66
4.4.9	ด้านโปรแกรมชั้นค่าบริการรายเดือน	67
4.4.10	ด้านบริการหลังการขาย	67
4.4.11	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	67
4.4.12	ความพึงพอใจโดยรวมต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน	67
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	70
5.2	อภิปรายผลการวิจัย	73
5.3	ข้อเสนอแนะ	77
	เอกสารอ้างอิง	80
	ภาคผนวก	
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามของการศึกษา	84

4.3.2	ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์	56
4.3.3	ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	57
4.3.4	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	57
4.3.5	ปัจจัยด้านพนักงานขาย	58
4.3.6	ปัจจัยด้านสังคม	58
4.3.7	ปัจจัยด้านรสนิยมของผู้บริโภค	59
4.4	ความพึงพอใจต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	
4.4.1	ด้านรูปร่างและขนาด	64
4.4.2	ด้านเทคโนโลยี	65
4.4.3	ด้านความสามารถหลากหลาย	65
4.4.4	ด้านการรับประกัน	65
4.4.5	ด้านราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่	65
4.4.6	ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์	66
4.4.7	ด้านโปรโมชั่นส่วนลดและของแถม	66
4.4.8	ด้านโปรโมชั่นการผ่อนชำระกับบัตรเครดิต	66
4.4.9	ด้านโปรโมชั่นค่าบริการรายเดือน	67
4.4.10	ด้านบริการหลังการขาย	67
4.4.11	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	67
4.4.12	ความพึงพอใจโดยรวมต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน	67
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	70
5.2	อภิปรายผลการวิจัย	73
5.3	ข้อเสนอแนะ	77
	เอกสารอ้างอิง	80
	ภาคผนวก	
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามของการศึกษา	84

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่าง	35
4.2 แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่าง	35
4.3 แสดงสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	36
4.4 แสดงการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	37
4.5 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	38
4.6 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	39
4.7 แสดงจำนวนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน (รวมทุกยี่ห้อ) ของกลุ่มตัวอย่าง	40
4.8 แสดงความจุของโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนที่ใช้ของกลุ่มตัวอย่าง	40
4.9 แสดงราคาที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.10 แสดงสถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของกลุ่มตัวอย่าง	42
4.11 แสดงวิธีการชำระเงินค่าเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของกลุ่มตัวอย่าง	43
4.12 แสดงระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนเครื่องปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง	44
4.13 แสดงเครือข่ายที่ใช้บริการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของกลุ่มตัวอย่าง	44
4.14 แสดงระบบการชำระเงินค่าบริการที่ใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของกลุ่มตัวอย่าง	45
4.15 แสดงระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง	46
4.16 แสดงความถี่ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนเฉลี่ยต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง	47
4.17 แสดงค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	48
4.18 แสดงจำนวนครั้งเฉลี่ยต่อวันในการทำกิจกรรมต่าง ๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน ของกลุ่มตัวอย่าง	54
4.19 แสดงการจัดอันดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	60
4.20 แสดงการจัดอันดับความพึงพอใจต่ออุปสงค์ของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	69

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	กราฟแสดงเปรียบเทียบจำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์มือถือ พ.ศ. 2548 - 2552	2
2	กราฟแสดงยอดจำหน่ายไอโฟนตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2550 - ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2553	4
3	กรอบแนวคิดของการศึกษา	28