

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Behavior of Decision Making for using Mobile Networking of Student of Surindra Rajabhat University

ชิตชนก เดือนขาว¹ สันธนะ ประสงค์สุข² และวิมลกานต์ จันทร์ประเสริฐ³

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1). เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ 2). เพื่อศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท ซึ่งพฤติกรรมการเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ใช้ระบบเครือข่าย AIS รองลงมาเป็นระบบ True Move และระบบ Dtac ตามลำดับ มีจำนวนเลขหมาย 1 เลขหมาย ใช้รูปแบบเติมเงิน และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนต่ำกว่า 300 บาท ส่วนด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นั้นได้ให้ความสำคัญมากกับด้านลักษณะทางกายภาพของศูนย์บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.86 รองลงมา ได้แก่ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.71 ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.70 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 3.64 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.63 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.62 ส่วนด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.44 ซึ่งนักศึกษาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง

คำสำคัญ : พฤติกรรมของผู้บริโภค , ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่, ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

¹ นักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

² อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

³ อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

The objectives of this research was 1) to study the behavior of decision Making for using mobile networking of student of Surindra Rajabhat University. 2) to study the marketing mix of decision making for using mobile networking of student of Surindra Rajabhat University. The sample group participated in this research includes The questionnaire undergraduate students 400. Was data collection and the statistical applied in this research includes percentage, mean and standard deviation.

The research result showed most of the samples are female studying in the second year in Faculty of Humanities and Social Sciences The average monthly income are less than 3,000 bath. Most are using AIS, the second are True Move and Dtac system respectively. Most telephone number using are only 1 number using prepaid forms and cost less than 300 baht per month. The overall marketing mix that affects the decision of mobile network most respondents paid much attention to the physical aspects of the service center, the average was 3.86, the second is the place aspects, the average was 3.71, the average of person aspects was 3.70, the process aspects was 3.64, the product aspects was 3.63, the marketing promotion aspect was 3.62, part the average price aspects was 3.44.

Key Words : Consumer Behavior, mobile networking, marketing mix.

บทนำ

ในโลกยุคโลกาวิวัฒน์การสื่อสารถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจ สถาบัน และองค์กรต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งปัจจุบันเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ผู้บริโภคจะขาดเสียมิได้ และนับวันจำนวนของผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นทุกวันทำให้ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูงและรุนแรง

ในโลกปัจจุบันโทรศัพท์มือถือเองก็สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวก และง่ายดาย โดยผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายอย่าง 3G หรือ Wi-Fi (ซึ่งในบางพื้นที่ในประเทศไทยตอนนี้มีเปิดให้ใช้สัญญาณ 3.5 G และ 4G แล้ว) และถึงแม้ว่าจะมีค่าบริการเพิ่มขึ้น แต่ก็ทำให้เรื่องที่ต้องให้คิดหนัก เพราะการจ่ายเงินเพื่อตอบสนองความต้องการของชีวิตนั้นไม่ใช่เรื่องใหญ่อีกต่อไปโดยเฉพาะวัยรุ่น ถึงแม้วัยรุ่นจะไม่สามารถหารายได้ด้วยตัวเอง หากมีผู้ปกครองสนับสนุนและพร้อมที่จะจ่ายให้ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตามแต่อาจจะเพราะวิถีชีวิตในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปการทำความเข้าใจ รับแรง และไม่มีเวลาจะดูแลครอบครัวด้วยตัวเองจึงทำให้ต้องพึ่งพาอุปกรณ์สื่อสารและเทคโนโลยีเข้ามาเป็นเพื่อนทดแทน

นอกจากการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่นิยมใช้แล้วยังมีการใช้ระบบบริการการสื่อสารทางเทคโนโลยีทางอื่นอีก อาทิ การส่งข้อความที่เรียกว่า Short Message Service (SMS) เป็นการส่งข้อความตามระบบเครือข่ายโทรศัพท์ที่ใช้สะดวก รวดเร็ว แต่สามารถส่งได้เฉพาะข้อความเท่านั้นหากต้องการส่งข้อความพร้อมกับรูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหวต้องส่งผ่านระบบการส่งข้อความมัลติมีเดีย หรือ Multimedia Messaging Service (MMS) การส่งแบบนี้สามารถให้ความชัดเจนเพราะมีพร้อมทั้งข้อความและภาพประกอบ ปัจจุบันเป็นที่นิยมค่าใช้จ่ายในการส่งก็มีการปรับลด พร้อมทั้งมีโปรโมชั่นให้เลือกใช้มากมาย เป็นการกระตุ้นการใช้งานของกลุ่มผู้บริโภคได้ดีทีเดียว (พัฒน์ยา ศักดิ์อภิภูณันท์. 2551 : 1-2)

รวมทั้งผู้ที่รักการ Chat, เขียน Blog หรือเล่นโซเชียลเน็ตเวิร์กอย่าง Facebook , Twitter ในปัจจุบันนี้สามารถทำสิ่งต่างๆ เหล่านี้บนโทรศัพท์มือถือได้เพียงแค่ทำการ Download โปรแกรมเหล่านั้นๆ ลงบนอุปกรณ์ที่ใช้อยู่ เท่านั้นคุณก็จะไม่พลาดการ Chat กับเพื่อนรู้ใจหรือคนรัก , การเขียนบล็อก Blog , การอัปเดตสถานะบน Facebook การติดตามข่าวสารที่รวดเร็วบน Twitter ซึ่งหลายอย่างที่ได้กล่าวมานี้ได้แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันโทรศัพท์มือถือได้มีส่วนร่วมในชีวิตประจำวันของเรามากต่างจากเมื่อก่อนที่เราใช้เพียงแค่อ่านหรือรับสาย หรือส่งข้อความหาเพื่อนๆ คนรู้จัก แต่ในปัจจุบันได้มีปัจจัยอื่นๆ เข้ามาเพิ่มเติมอีก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของโซเชียลเน็ตเวิร์ค การจองตั๋วหนังหรือตั๋วเครื่องบินออนไลน์ผ่านมือถือซึ่งก็สามารถทำได้ง่ายดายบนโทรศัพท์มือถือ และอื่นๆ อีกมากมาย

ซึ่งปัจจุบันมีผู้ให้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการและแข่งขันกันในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3 บริษัท คือ 1) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส (AIS). 2) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด (มหาชน) หรือ ดีแทค (DTAC). 3) บริษัท ทรูมูฟ จำกัด ซึ่งแต่ละค่ายต่างมีกลยุทธ์ และกลยุทธ์ในการแข่งขันมากมาย จึงส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความพึงพอใจซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบเครือข่ายใดนั้นจะมาจากกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด

จะเห็นได้ว่าปัจจุบันระบบติดต่อสื่อสารมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อต้องการตอบสนองผู้บริโภคที่มีอยู่ไม่จำกัด โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโทรศัพท์มือถือในปัจจุบันถือได้ว่าเป็นที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเนื่องจากโทรศัพท์มือถือที่มีความสามารถในการช่วยทำให้ติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างสะดวกในทุกๆ ที่ที่มีสัญญาณโทรศัพท์มือถือซึ่งในปัจจุบันเองสัญญาณนั้นเข้าถึงเกือบทุกพื้นที่ในประเทศจึงทำให้โทรศัพท์มือถือมีการใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้ที่เรียนมหาวิทยาลัยเนื่องจากเป็นกลุ่มวัยรุ่นหรือกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งโทรศัพท์มือถือไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสื่อสารเพียงอย่างเดียวแต่โทรศัพท์มือถือยังสามารถทำอะไรได้หลายๆ อย่างอาทิเช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมส์ หรือหาความรู้ทางอินเทอร์เน็ต จนกระทั่งสามารถทำงานบนมือถือ

ดังนั้น นักศึกษาที่ศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ทุกคนต่างก็ใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อใช้ติดต่อสื่อสารกัน และใช้เล่นโซเชียลต่างๆ เพราะมีความสะดวกสบายในการใช้งาน ทำให้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเพื่อทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ในด้านประชากร และส่วนประสมทางตลาด

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

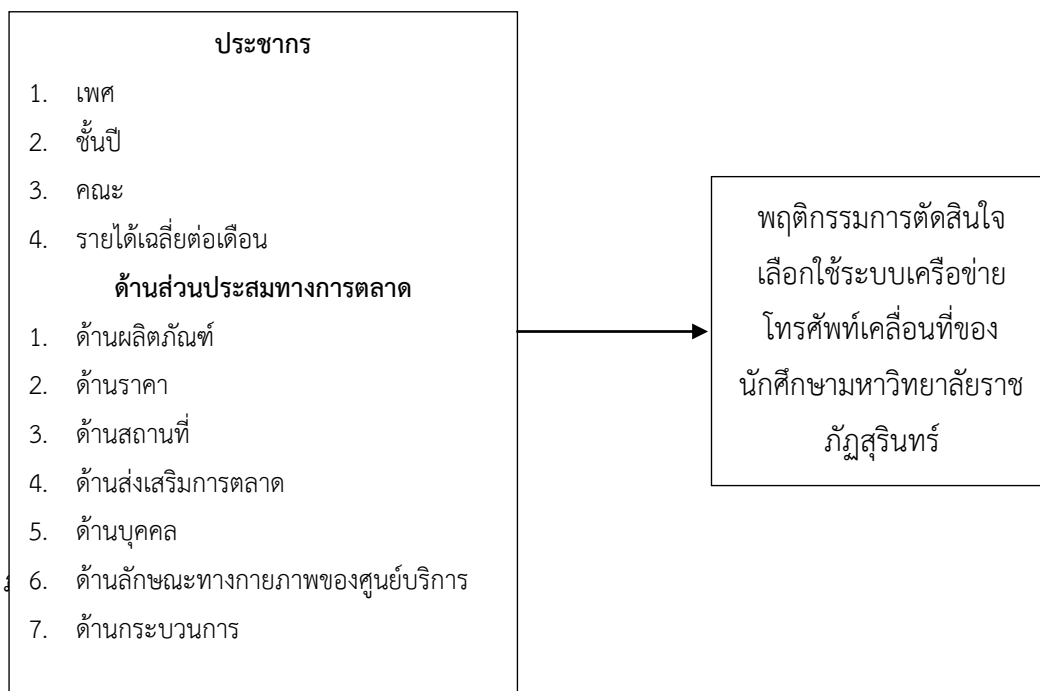
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัยเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
2. ขอบเขตด้านประชากร คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
3. ขอบเขตด้านเวลา รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2560 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ.2560

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจใช้เลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
2. ทำให้ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการศึกษาวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมี รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ปีการศึกษา 2560 จำนวน 10,386 คน

ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าของความคลาดเคลื่อน 5% จากจำนวนประชากรทั้งหมด 10,386 คน ได้จำนวนตัวอย่างประมาณ 385 คน แต่การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยตัวแปรด้านข้อมูลประชากร ได้แก่ เพศ ชั้นปี คณะ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ รูปแบบบริการ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพของศูนย์บริการ และด้านกระบวนการ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ทำการศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการ ศึกษาค้นคว้าจากหนังสือวิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการ บทความ วารสาร และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีผู้เก็บรวบรวมไว้ก่อนแล้ว เพื่อให้ทราบถึงแนวคิด ทฤษฎีที่จะนำมาใช้รายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ มีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนำมาแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปตารางประกอบการพรรณนาข้อมูล

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ นำมาแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละนำเสนอในรูปตารางประกอบการพรรณนาข้อมูล

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ นำมาแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปตารางประกอบการพรรณนาข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท

พฤติกรรมการเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ใช้ระบบเครือข่าย AIS รองลงมาเป็นระบบ True Move และระบบ Dtac ตามลำดับ มีจำนวนเลขหมาย 1 เลขหมาย ใช้รูปแบบเติมเงิน และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนต่ำกว่า 300 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นั้นได้ให้ความสำคัญมากกับด้านลักษณะทางกายภาพของศูนย์บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.86 รองลงมา ได้แก่ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.71 ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.70 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 3.64 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.63 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.62 ส่วนด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.44 ซึ่งนักศึกษาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง ดังตารางที่ 1