



รายงานการศึกษาปัญหาพิเศษ

เรื่อง การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการ
เลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดยโสธร

นายเฉลิมพล วงษ์อนันต์

นางสาวปทุมรัตน์ อุปสาร

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด

ปีการศึกษา 2555

แผนวิชาการขายและการตลาด วิทยาลัยเทคนิคโยธธ



รายงานการศึกษาปัญหาพิเศษ

เรื่อง การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการ
เลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดยโสธร

นายเฉลิมพล วงษ์อนันต์

นางสาวปทุมรัตน์ อุปสาร

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด

ปีการศึกษา 2555

แผนกวิชาการขายและการตลาด วิทยาลัยเทคนิคโยธธ

คำนำ

การศึกษาปัญหาพิเศษในครั้งนี สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีพร้อมทั้งได้ผลงานที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพราะได้รับความกรุณา และความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง จากคณะครู แผนกวิชาการขายและการตลาด ที่ได้กรุณาเป็นที่ปรึกษา และได้เสียสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ในการให้คำแนะนำ และ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง นับตั้งแต่เริ่มต้นการดำเนินการจนเสร็จสมบูรณ์เรียบร้อยด้วยความเอาใจใส่ เป็นอย่างยิ่งมาตลอด ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และบุคคลรอบข้างที่คอยเป็นแรงผลักดัน และให้กำลังใจคอยให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เสมอมา

ท้ายสุด ขอขอบพระคุณ เพื่อนร่วมชั้นเรียนที่คอยให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และร่วมกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จนการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้มีความสมบูรณ์อย่างที่ตั้งใจไว้

เฉลิมพล วงษ์อนันต์

ปทุมรัตน์ อุปสาร

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
	ตัวแปรในการศึกษา	2
	ขอบเขตและข้อจำกัดในการศึกษา	2
	นิยามศัพท์	3
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
	กรอบแนวคิดในการศึกษา	4
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	5
	แนวคิดส่วนประสมการตลาด	13
	แนวคิดการแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์	16
	สถานการณ์ของธุรกิจผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบัน	18
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
3	วิธีดำเนินการศึกษา	28
	ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	28
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	29
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	30

การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
การวิเคราะห์ข้อมูล	30
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	32
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่	35
ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	39
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	45
สรุปผล	45
อภิปรายผล	47
ข้อเสนอแนะ	47
บรรณานุกรม	49
ภาคผนวก	51

สารบัญญัตินี้

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ	32
2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อายุ	32
3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด	33
4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อาชีพ	33
5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	34
6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม สถานภาพสมรส	34
7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ยี่ห้อโทรศัพท์ที่เลือกใช้	35
8 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม รูปแบบโทรศัพท์ที่เลือกใช้	35
9 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ระบบโทรศัพท์ที่เลือกใช้	36
10 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม สาเหตุที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	36
11 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ในรอบปีที่ผ่านมาเปลี่ยน โทรศัพท์มือถือ	37
12 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม งบประมาณในการเลือกซื้อ โทรศัพท์มือถือ	37

13	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์มือถือ	38
14	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม รายการส่งเสริมการตลาด ต่อไปนี้อาจใจซื้อโทรศัพท์มากที่สุด	38
15	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	39
16	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ปัจจัยด้านราคา	40
17	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ช่องทางการจัดจำหน่าย	40
18	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	41
19	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	42
20	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย ของปัจจัยด้านราคา	43
21	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย ของปัจจัยด้านช่องทาง การจำหน่าย	43
22	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย ของปัจจัยการส่งเสริม การตลาด	44

ชื่อเรื่อง	การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษาประชาชนในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดยโสธร
ผู้ศึกษา	นายเฉลิมพล วงษ์อนันต์ นางสาวปทุมรัตน์ อุปสาร
ครูที่ปรึกษา	นางสาวมณฑาวดี พูลเกิด
แผนกวิชา	การขายและการตลาด
ประเภทวิชา	บริหารธุรกิจ

บทคัดย่อ

การศึกษาปัญหาพิเศษเรื่อง การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษาประชาชนในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดยโสธร มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1 เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดยโสธรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดยโสธร
สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

การศึกษาองค์ประกอบด้าน ผลิตภัณฑ์ อันดับหนึ่งคือ เรื่อง ราคาสินค้า ยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6757 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด อันดับสองคือ เรื่อง รูปลักษณ์ ของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7573 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด และอันดับสาม คือ เรื่องความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6082 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก

การศึกษาองค์ประกอบด้าน ราคา อันดับหนึ่งคือเรื่อง ราคาเครื่องโทรศัพท์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.5477 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด อันดับสองคือ เรื่อง การลดราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.6782 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด และอันดับสาม คือ เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7280 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก

การศึกษาองค์ประกอบ ช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับหนึ่งคือ เรื่องความสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.6000 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก อันดับสองคือ เรื่องมีป้ายชื่อร้านและแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7280 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก อันดับสามคือ เรื่องการตกแต่งร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7681 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก

การศึกษาองค์ประกอบด้าน การส่งเสริมทางการตลาด อันดับหนึ่งคือ เรื่องชิงโชคลุ้นรางวัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.6708 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด อันดับสองคือ เรื่องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.6872 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก อันดับสามคือ เรื่องการแถมอุปกรณ์เสริม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.9110 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก