หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ ในจังหวัดชลบุรี
คำสำคัญ	การตัดสินใจใช้ / ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
ชื่อนักศึกษา	ธีระสิทธิ์ ราชาพล
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา มีศิลป์วิกกัย
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ดร. วรัชญ์ ครุจิต
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การโฆษณา
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.	2550

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยการโฆษณา ปัจจัยการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยการส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้บริการในจังหวัดชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ระบบ AIS, DTAC, TRUEMOVE และ HUTCH ในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้สถิติไค-สแควร์ ในการทดสอบความสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มี อายุ 26 – 35 ปี และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท

2 .ปัจจัยการโฆษณาด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากได้แก่ ด้านการใช้ตราสินค้า รองลงมาคือ ด้านเนื้อหาในโฆษณา และการใช้พรีเซนเตอร์

3. ปัจจัยการประชาสัมพันธ์ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า รองลงมาคือ ด้านการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม และการนำเสนอผ่านสื่อมวลชน

4. ปัจจัยการส่งเสริมการขาย ด้านที่ มีค่าเฉลี่ยระดับมากคือ ด้าน การตัดสินใจใช้บริการระบบเครือข่าย การส่งเสริมการขายเป็นสิ่งสำคัญ รองลงมาคือ การส่งเสริมการขายของระบบเครือข่าย มีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้บริการ และการส่งเสริมการขายทำให้ได้รับประโยชน์สูงสุด

SPU CHONBURI

THESIS TITLE	FACTORS INFLUENCING USERS' DECISION IN CHOOSING MOBILE PHONE NETWORK IN CHONBURI PROVINCE
KEYWORD	DECISION MAKING/ MOBILE PHONE NETWORK
STUDENT	Mr. Teerasit Rachapol
THESIS ADVISOR	Asst. Prof. Dr. Kanchana Meesilapvikkai
THESIS CO-ADVISOR	DR. Warat Karuchit
LEVEL OF STUDY	Master of art in communication art
FACULTY	Graduate school, Sripatum University
YEAR	2007

Abstract

This study aims to investigate the factors that influence the decision of choosing mobile phone services in Chonburi Province from four mobile phone service providers: AIS, DTAC, TRUEMOVE, and HUTCH. In this regard, the study focuses on four categories, namely demographic factor, advertising factor, communication factor, and sales promotion factor. Four hundreds respondents in Chonburi have filled out the questionnaires. Chi-Square Test has been used to analyze the data from which the research results show that:

1. Demographically, most of respondents are female with age between 26-35 years old. The education background of the respondents is that of the undergraduate and postgraduate level. The respondents who work are mainly working for the private sector with an average salary ranging from 10,000-20,000 Baht.

2. Under the category of Advertising Factor, branding (brand awareness) is the most influential factor that affects the decision of choosing mobile phone service. Two other factors, advertising content and presenter, are the second and third most influences on such decision.

SPU CHONBURI

3. Under the category of Communication Factor, brand image is the most influencial factor that affects the decision of choosing mobile phone service. Two other factors, social responsibility and public communication are the second and third most influences on such decision.

4. Under the category of Sales Promotion Factor, sales promotion has the most impact on the decision of choosing mobile phone service. Two other factors, the demand enhancement and maximization of utility are the second and third most influences on such decision.

SPU CHONBURI