

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
คำสำคัญ	โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของประชาชนในจังหวัดระยอง
ชื่อนักศึกษา	ปัจจัยทางการตลาด/โทรศัพท์เคลื่อนที่
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	จารุวรรณ เรืองอร่าม
ระดับการศึกษา	ดร.นิตินัย ตันพานิช
คณะ	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
พ.ศ.	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
	2552

บทคัดย่อ

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยการตลาดกรณีศึกษา โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของประชาชน ในจังหวัดระยอง ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางการตลาด กับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนผู้บริโภคที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ในจังหวัดระยองเท่านั้น รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกได้ 2 ข้อ (Two-way question) คำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question) และคำถามแบบสเกลวัดทัศนคติ (Likert scale) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าฐานนิยม ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ t test และ One Way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของประชาชนในจังหวัดระยอง

ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยทางด้านบุคคลหรือพนักงาน ปัจจัยทางการสร้างลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยทางด้านกระบวนการ การมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของประชาชน ในจังหวัดระยอง ในระดับมาก และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของประชาชนในจังหวัดระยอง จำแนกตาม ประชากรศาสตร์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ