

พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษา ระดับปริญญาโท
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
MOBILE PHONE USE BEHAVIOR OF STUDENTS MASTER DEGREE FACULTY OF
BUSINESS ADMINISTRATION RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

นิศรุต ท่าไร่

สาขาการบัญชีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Nissaroot Tamrai

E-mail: nissaroot@vcshipping.co.th

Faculty of Business Administration Program in Accounting,

Ramkhamhaeng University, Thailand.

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand.

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามลักษณะทางประชากร ประชากรที่ใช้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวนไม่เกิน 5,000 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตาราง ของ Yamane (1973) จำนวน 370 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test และการใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) หากพบถึงความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยลักษณะของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่มีเพศ สาขาวิชา สถานภาพการสมรส และอาชีพต่างกันทำให้พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือโดยรวมไม่ต่างกันและปัจจัยลักษณะของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่มีอายุ และรายได้ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือโดยรวมต่างกัน

คำสำคัญ : พฤติกรรม, โทรศัพท์มือถือ, นักศึกษา

ABSTRACT

This research's objectives are : 1) to study mobile phone usage behaviors of master's degree students faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University 2) to study mobile phone usage behaviors of master's degree students faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University classified by demographic characteristics The population used is students. faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University. The students studying at Ramkhamhaeng University. The sample group were 5,000. consisted of students. faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University. Currently studying at Ramkhamhaeng University The methodology used to determine the sample by opening the table of Yamane (1973) of 370 people. The instrument used in this research was a questionnaire. And analyzed by SPSS program such as frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis for comparison T-test statistics and One-way ANOVA statistics are used. If differences are found, they will be compared by using the LSD method.

The findings of the research can be summarized as follows: factors characteristics of master degree in Business Administration faculty Ramkhamhaeng University with gender, department of marital status And different occupations, causing the generally mobile phone usage behavior is not different and the characteristics of the students faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University with the age and different income causing the generally mobile phone usage behavior.

Keywords : Behavior, mobile phone, student

บทนำ

ปัจจุบันการสื่อสารในโลกเราพัฒนาไปได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด เพราะมนุษย์ต้องมีสื่อสาร ดังนั้นการพัฒนาจึงเกิดขึ้น ระบบปฏิบัติการมือถือคือรูปแบบใหม่ของโทรศัพท์ที่ไม่ได้ใช้งานแค่การพูดคุยเท่านั้น แต่สามารถทำได้หลากหลาย ขึ้นอยู่กับโปรแกรมหรือที่เรียกกันว่าแอปพลิเคชันนั่นเองโดยหากเปรียบเทียบให้เข้าใจง่ายขึ้นก็คือมือถือเปรียบเหมือนกับเครื่องคอมพิวเตอร์เราเรียกว่าฮาร์ดแวร์จะไม่สามารถทำงานได้หากไม่มีการลงโปรแกรมระบบปฏิบัติการซึ่งโปรแกรมปฏิบัติการคือโปรแกรมพื้นฐานที่ต้องลงเพื่อควบคุมการทำงานของฮาร์ดแวร์จากนั้นก็สามารเลือกใช้ออปพลิเคชันหรือซอฟต์แวร์โดยแอปพลิเคชันส่วนมากจะต้องการเชื่อมต่อ Hi-speed Internet เป็นหลัก โดย IDCบริษัทวิจัยด้าน IT ชั้นนำของโลก เปิดเผยรายงานยอดขายมือถือในช่วงไตรมาสที่ 2 ประจำปี 2016 พบว่ามือถือบนระบบปฏิบัติการ Android และ iOS ยังคงเป็นที่นิยมจากผู้ใช้งาน ด้วยส่วนแบ่งทางการตลาดรวมทั้งหมด

99.1% โดย Android ทายอดขายไปได้กว่า 296 ล้านเครื่อง ยึดส่วนแบ่งทางการตลาด 86.2% โตขึ้นจากปีที่แล้ว 4% ขณะที่ iOS มียอดขายลดลงจากปีที่แล้วเกือบ 2% สามารถขายได้ประมาณ 44 ล้านเครื่อง ครองส่วนแบ่งทางการตลาด 12.9% ส่วน Windows Phone รั้งอันดับที่ 3 ด้วยยอดขายประมาณ 1.9 ล้านเครื่อง ครองส่วนแบ่งได้เพียง 0.6% เท่านั้น ส่วน BlackBerry ทายอดขายได้เพียง 4 แสนเครื่อง (สาขาติ มานะพาที, 2559) นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่มีการใช้โทรศัพท์มือถือในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะนำมาใช้เพื่อการเข้าถึงข้อมูลอินเทอร์เน็ต ในการสืบค้นข้อมูลและการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหรือติดต่อกันทางธุรกิจ ซึ่งมีความหลากหลายของระบบปฏิบัติการมือถือไม่ว่าจะเป็น Android, iOS และ Window Phone และระบบอื่น ๆ

จากสภาพการณ์ความนิยมในการใช้ระบบปฏิบัติการมือถือและการใช้งานระบบปฏิบัติการมือถือข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษา ระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง อันจะทำให้ได้ข้อมูลเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านการจำหน่ายและการผลิตมือถือต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพทางการสมรส ด้านสาขาที่ศึกษา ด้านอาชีพและด้านรายได้

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษา ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ที่ใช้ในการศึกษา คือ เพศ อายุ สถานภาพทางการสมรส สาขาที่ศึกษา อาชีพและรายได้ ตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษา คือ พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ทางด้านประโยชน์การใช้งาน, ด้านเทคโนโลยีและด้านการตลาด ระยะเวลาในการวิจัย เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม – พฤษภาคม พ.ศ. 2563

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย ลักษณะทางประชากรของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสาขาวิชา ด้านสถานภาพการสมรส ด้านอาชีพ และด้านรายได้ ต่างกัน พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยจำแนกตามลักษณะประชากร ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพทางการสมรส ด้านสาขาที่ศึกษา ด้านอาชีพและด้านรายได้

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ทำการวิจัย จากหลากหลายแหล่งที่มา สามารถแบ่งออกได้เป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ประชากร คือ ปัจจัยต่างๆ ที่เป็นหลักเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้นๆ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ระดับ รายได้อาชีพ เชื้อชาติสัญชาติ การศึกษาอาชีพ วัฏจักรชีวิต ครอบครัวศาสนา เชื้อชาติสัญชาติและสถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรม ที่แตกต่างกันไปด้วย

เพศ คือ เพศที่กำหนดขึ้นโดยธรรมชาติให้มีความเป็นหญิง ความเป็นชาย ที่มีลักษณะแตกต่างกันทางด้านความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ทักษะการตัดสินใจกำหนดความเป็นตัวตน ทักษะ และความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่นในแต่ละเพศ

อายุ คือปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด พฤติกรรม อุดมการณ์ และการมองโลกในแง่ต่าง ๆ เช่น คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมากในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม

สาขาวิชา คือ แขนง สาขาย่อยเปิดสอนในวิทยาลัยหรือมหาวิทยาลัย เช่น สาขาวิชาการบัญชี สาขาวิชาการตลาด เป็นต้น

สถานภาพทางการสมรส คือ ประเภทของสภาพสมรสที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคลโดยแบ่งแยกประเภทของสถานภาพสมรส ได้แก่ โสด สมรส แยกกันอยู่/หย่าร้าง หม้าย จากแนวคิดข้างต้น ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า อาชีพ คืออาชีพต่างๆ ที่มีความแตกต่างกันซึ่งจะส่งผลให้แต่ละบุคคลมีความต้องการนำมาซึ่งรายได้ อาจจะมาจกค่าจ้าง ค่าตอบแทน หรือผลกำไรอาชีพที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน หรือแตกต่างกันออกไป บ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะ และความสนใจของแต่ละบุคคล

รายได้ คือ ตัวชี้วัดการมีหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค รายได้แต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับระดับอาชีพและการศึกษาถือเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดความคิดในการนำมาวางแผนเพื่อให้เกิดการใช้จ่ายอย่างคุ้มค่า

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือ

พฤติกรรม คือ การแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติที่คอยผลักดันให้เกิดพฤติกรรม ซึ่งแต่ละคนจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป เนื่องจากได้รับความรู้จากแหล่งต่างๆไม่เท่ากัน มีการตีความสารที่รับมาไปคนละทิศคนละทางทำให้เกิดการเรียนรู้ จะแสดงออกทางกลัมนี้อุบัติความคิดของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายในจิตใจและภายนอก อาจทำไปโดยรู้ตัวและไม่รู้ตัว พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ซึ่งอาจแยกเป็นด้านต่างๆ ดังนี้

1. พฤติกรรมด้านประโยชน์การใช้งาน

1.1 ช่วยในการติดต่อสื่อสาร เป็นที่แน่นอนอยู่แล้วว่าประโยชน์ที่สำคัญที่สุดของการใช้โทรศัพท์มือถือคือใช้ในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ไม่ว่าจะผ่านการโทรหาหรือการแชทผ่านข้อความต่างๆ หรือการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเชื่อมต่อสัญญาณก็สามารถทำได้ง่ายตาย

1.2 สามารถถ่ายภาพหรืออัดวิดีโอได้ ในปัจจุบันนี้เราสามารถโทรศัพท์มือถือเพียงแค่เครื่องเดียวเป็นได้ทั้งโทรศัพท์และกล้องถ่ายรูปในเวลาเดียวกัน เนื่องจากโทรศัพท์รุ่นใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นจะมีกล้องติดมาด้วย บางรุ่นอาจจะมีถึงสองกล้องด้วยกันคือกล้องหน้าและกล้องหลัง ทำให้ง่ายต่อการใช้งานและเพิ่มประสิทธิภาพกับมูลค่าของโทรศัพท์ได้อีกด้วย นับว่าเป็นประโยชน์สองเท่าเลยทีเดียว

1.3 สามารถใช้บอกแผนที่ที่เราจะไปได้ ซึ่งเราไม่ต้องไปพึ่งพาเวกเตอร์อีกต่อไป เนื่องจากในโทรศัพท์มือถือนั้นเราสามารถโหลดแอปพลิเคชันแผนที่ได้ แค่นี้เราก็จะรู้ทั่วทุกมุมโลกแล้วไม่ว่าเราต้องการไปที่ไหนก็ตาม ไม่ว่าเวลาที่ต้องการขับรถไปในสถานที่ที่ไม่เคยไปมาก่อน หรือเมื่อเราเดินทางไปตามประเทศนั้นก็จะได้ตัวแผนที่จากโทรศัพท์มือถือนี้แหละที่จะช่วยให้เราไม่หลงทางได้

1.4 สามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตได้ และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือได้ ซึ่งในปัจจุบันเป็นที่นิยมเพราะสะดวกรวดเร็ว ซึ่งเราสามารถค้นหาอะไรก็ตามที่เราต้องการทราบภายในเวลาอันรวดเร็วผ่านสัญญาณอินเทอร์เน็ตในโทรศัพท์มือถือ นั่นเป็นเหตุผลว่าทำไมเราควรมีโทรศัพท์มือถือที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตเพราะเราเพียงนั่งอยู่บ้านเฉยๆ ก็จะมีข้อมูลต่างๆ ที่เราต้องการรู้เพียงแค่คลิกเข้าไปค้นหาผ่านโทรศัพท์มือถือนั่นเอง

1.5 มีแอปพลิเคชันมากมายให้ใช้ ซึ่งตัวแอปพลิเคชันเหล่านี้แหละที่จะทำให้เราได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากการใช้โทรศัพท์มือถือ นอกจากแอปพลิเคชันเหล่านี้ จะมีแอปที่ให้ความรู้ ให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินแล้ว ยังช่วยให้ผู้ใช้ได้เห็นและเปิดมุมมองโลกทัศน์ใหม่ๆ โดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องออกไปท่องโลกด้วยตัวเองเลย

ด้านประโยชน์การใช้งานของโทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่จะใช้ในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ไม่ว่าจะผ่านการโทรหาหรือการแชทผ่านข้อความต่างๆ และสามารถถ่ายภาพหรืออัดวิดีโอในเวลาเดียวกัน อีกทั้งสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตได้และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวกรวดเร็ว

2. พฤติกรรมด้านเทคโนโลยี

โทรศัพท์มือถือ หรือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ คืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือใช้คลื่นวิทยุในการติดต่อกับเครือข่ายโทรศัพท์มือถือโดยผ่านสถานีฐาน ของแต่ละเครือข่ายของโทรศัพท์มือถือผู้ให้บริการจะเชื่อมต่อกับเครือข่ายของโทรศัพท์บ้านและเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของผู้ให้บริการอื่น โทรศัพท์มือถือที่มีความสามารถเพิ่มขึ้นในลักษณะคอมพิวเตอร์พกพาจะได้ยินกันมากในชื่อของสมาร์ทโฟนโทรศัพท์มือถือในปัจจุบันนอกจากมีความสามารถพื้นฐานของโทรศัพท์แล้ว ยังมีคุณสมบัติอีกมากมายของโทรศัพท์มือถือที่เพิ่มขึ้นมา เช่น การส่งข้อความสั้นเอสเอ็มเอส ปฏิทิน นาฬิกาปลุก ตารางนัดหมาย เกม การใช้งานอินเทอร์เน็ต บลูทูธ อินฟราเรด กล้องถ่ายภาพ เอ็มเอ็มเอส วิทยุ เครื่องเล่นเพลง และ จีพีเอส เป็นต้น โทรศัพท์มือถือมีแอปพลิเคชันมากมายให้ใช้ ซึ่งตัวแอปพลิเคชันเหล่านี้แหละที่จะทำให้เราได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากการใช้โทรศัพท์มือถือ นอกจากแอปพลิเคชันเหล่านี้จะมีแอปที่ให้ความรู้ ให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินแล้ว ยังช่วยให้ผู้ใช้ได้เห็นและเปิดมุมมองโลกทัศน์ใหม่ๆ โดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องออกไปท่องโลกด้วยตัวเองเลยในบางครั้งอาจจะต้องเสียค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้งาน

ดังนั้นในปัจจุบันจึงมีผู้สนใจในการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อในการติดต่อสื่อสารมากขึ้นเพราะมีความรวดเร็วและสะดวกสบายในการติดต่อทำธุรกิจหรือทำงานต่างๆ ได้ และยังมีคุณสมบัติหลายอย่างที่ใช้ต้องการมากขึ้นเรื่อยๆตามยุคสมัยนั้น ด้านเทคโนโลยีการใช้โทรศัพท์มือถือการใช้งานอินเทอร์เน็ต บลูทูธ อินฟราเรด กล้องถ่ายภาพ เอ็มเอ็มเอส วิทยุ เครื่องเล่นเพลง และ จีพีเอส เป็นต้น โทรศัพท์มือถือมีแอปพลิเคชันมากมายเสียค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันต่าง ๆ แต่ผู้ใช้งานก็ยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อความสะดวกสบายที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีทางมือถือ

3. พฤติกรรมด้านการตลาด

ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดไม่มีผลกับการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน และ Smart TVตามลำดับเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้น้ำหนักความสำคัญที่ผลิตภัณฑ์นั้นเหมาะสมกับความต้องการหรือไม่เป็นหลัก โดยการค้นหาข้อมูลจากแหล่งทางอินเทอร์เน็ต อีกทั้งกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของแต่ละตราสินค้ามีความคล้ายคลึงไม่แตกต่างกันมากนัก เช่น การใช้ดารานักแสดงนำเสนอขายสินค้า แต่ก็ยังไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคเท่าที่ควร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นให้ความสำคัญโดยภาพรวมน้อยที่สุดคือ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะให้ความสำคัญต่อรายการส่งเสริมการขายเป็นหลักรองลงมาเป็นพนักงานขายรองลงมาคือเอกสารประกอบการพิจารณาเกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้โทรศัพท์มือถือ ที่อาจจะมีการจัดแสดงสินค้าตามห้างร้าน หรือสถานที่ต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งหรือจุดขายที่หลายๆรายมารวมตัวกัน ด้านการตลาดโดยส่วนใหญ่ในการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือมีความคล้ายคลึงกันโดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับการใช้งาน ความเหมาะสมและความต้องการโดยอาจเลือกซื้อที่มีการส่งเสริมการขายโดยเช่น การใช้ดารานักแสดงนำเสนอขายสินค้าเอกสารประกอบการพิจารณาเกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้โทรศัพท์มือถือ เอกสารประกอบการพิจารณาเกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้โทรศัพท์มือถือ ที่อาจจะมีการจัดแสดงสินค้าตามห้างร้าน หรือสถานที่ต่าง ๆ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วลีรัตน์ เทศกิมและสุภาวณี ทับเนม(2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและการตัดสินใจ ซื้อโทรศัพท์มือถือ Blackberry และ iPhone กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยา เขตวังท่าพระ วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ และวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยมีมุ่งเพื่อศึกษา พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Blackberry และ iPhone เครื่องมือที่ใช้เป็น แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานและการทดสอบ ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์มือถือ Blackberry มากกว่า โทรศัพท์มือถือ iPhone โดยผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ เพื่อน โดยนิยมใช้ในการ Chat และท่อง Website ต่างๆ ระบบบริการที่เลือกใช้ส่วนใหญ่ ได้แก่ True move เนื่องจากโปรโมชั่นมีความน่าสนใจ นิยมใช้โปรโมชั่นแบบเหมาจ่ายรายเดือนและกลุ่มตัวอย่างคิดว่าโทรศัพท์มือถือมีความ จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตอย่างยิ่ง 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจโทรศัพท์มือถือ Blackberry ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ศิลปากร ให้มีความสำคัญกับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านความบันเทิง ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจโทรศัพท์มือถือ iPhone ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ศิลปากร ให้มีความสำคัญกับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านความบันเทิง ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยทางด้านการส่งเสริม การตลาด ตามลำดับ 4) ผลเปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Blackberry และ iPhone ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร มีความสอดคล้องกันคือ ให้มีความสำคัญกับปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคาและปัจจัยทางด้านความบันเทิง ส่วนปัจจัยที่ให้มีความสำคัญแตกต่างกัน คือ ผู้ซื้อโทรศัพท์มือถือ Blackberry จะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้าน การส่งเสริมการตลาด มากกว่าผู้ซื้อโทรศัพท์มือถือ iPhone ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 3 C โดยการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Blackberry และ iPhone สามารถนำมาเป็นแนวทางใช้การวิจัยครั้งนี้ในเรื่องพฤติกรรมของมนุษย์

จรรย์นัท เพ็ญโรสาหะ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟน กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการศูนย์รวมโทรศัพท์ของห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง โดยใช้ วิธีการสำรวจกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การ วิเคราะห์ความแปรปรวนและการทดสอบโดยใช้สถิติแกมมา ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเลือก ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง โดยมีรายรับต่อเดือนอยู่ในช่วง 2,001-3,000 บาท ส่วนใหญ่มืออาชีพพนักงานบริษัทและนักเรียน นักศึกษาตามลำดับ นิยมใช้ โทรศัพท์ ไอโฟน รุ่น3G มีเหตุผลสำคัญที่ทำให้เลือกซื้อเนื่องจากดีไซน์ของตัวเครื่องและฟังก์ชัน ต่างๆ โดยที่ตนเองมีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อรู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับ โทรศัพท์มือถือไอโฟน จากการโฆษณาทางโทรทัศน์ และทางอินเทอร์เน็ต โดยที่โฆษณานั้นมีผลต่อ การตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเลือกซื้อ โทรศัพท์มือถือไอโฟน ของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมแล้วมีผลมาก

เมื่อแยกพิจารณารายปัจจัย ปัจจัยด้าน ผลลัพธ์ที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ โดยการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟน สามารถนำมาเป็น แนวทางในการวิจัยครั้งนี้ในเรื่องพฤติกรรมของมนุษย์

วิธีดำเนินการวิจัย

การออกแบบการวิจัยพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามความเป็นจริง โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียวโดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยรามคำแหงไม่เกิน จำนวน 5,000 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของ Yamane (1973) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 จึงทำให้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% เมื่อเปิดตารางจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ประชากร 5,000 คน ได้ตัวอย่าง 370 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งการวิจัยนี้เป็นวิธีวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามทั้งแบบปลายปิดและแบบปลายเปิด โดยแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องตอบคำถามมีทั้งหมด 6 ข้อ คือ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพทางการสมรส ด้านสาขาที่ศึกษา ด้านอาชีพและด้านรายได้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้านประโยชน์การใช้งาน,ด้านเทคโนโลยีและด้านการตลาด มีจำนวน 12 ข้อ เป็นคำถามลักษณะปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ ซึ่งกำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะอื่นที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์มือถือที่นอกเหนือจากแบบสอบถามที่มีผลต่อ พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษา ระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บข้อมูลดำเนินการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละและค่าความถี่กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่มได้แก่ลักษณะประชากรคือ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพทางการสมรส ด้านสาขาที่ศึกษา ด้านอาชีพและด้านรายได้

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณได้แก่ พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้านประโยชน์การใช้งาน ด้านเทคโนโลยีและด้านการตลาด

2. สถิติอนุมานใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ลักษณะประชากร จำแนกตามเพศ จะใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ลักษณะประชากร จำแนกตาม อายุ สถานภาพทางการสมรส สาขาที่ศึกษา อาชีพและรายได้ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยข้อมูลสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และหากการวิเคราะห์พบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้านประโยชน์การใช้งาน ด้านเทคโนโลยีและด้านการตลาดสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยภาพรวม ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าได้แก่ ด้านประโยชน์การใช้งานมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านเทคโนโลยีมีระดับความคิดเห็นระดับมาก และด้านการตลาดมีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง

2. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพทางการสมรส สาขาที่ศึกษา อาชีพและรายได้ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ลักษณะประชากรของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มีเพศ สาขาวิชา สถานภาพการสมรส และอาชีพต่างกันทำให้พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือโดยรวมไม่ต่างกัน

2.2 ลักษณะประชากรของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มีอายุ และรายได้ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลีรัตน์ เทศกิม และ สุภาวณี ทับเนร (2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Blackberry และ iPhone กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยา เขตวังท่าพระ วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ และวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยมุ่งเพื่อศึกษา พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Blackberry และ iPhone และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และผลเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ มีความสอดคล้องกัน ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และสอดคล้องกับวิจัยของ จิรนนท์ เพียรอุสาหะ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ ไอโฟน กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการศูนย์รวมโทรศัพท์ของห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง โดยใช้วิธีการสำรวจกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การ วิเคราะห์ความแปรปรวนและการทดสอบโดยใช้สถิติแกมมา ผลการวิจัยพบว่า มีเหตุผลสำคัญที่ทำให้เลือกซื้อเนื่องจากดีไซน์ของตัวเครื่องและฟังก์ชัน ต่างๆ โดยที่โฆษณานั้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์มือถือ โดยรวมแล้วมีผลมากเมื่อแยกพิจารณาปัจจัย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด

1.1 ด้านประโยชน์การใช้งาน ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยส่วนใหญ่จะใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อติดต่อสาร โทรเข้า-ออก ไลน์ เฟสบุค ฯลฯ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาโดยส่วนใหญ่จะเน้นด้านประโยชน์การใช้งานซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้โทรศัพท์มือถือ สอดคล้องกับแนวคิดของยูล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) กล่าวว่าแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ (Human Behavior Theory) เป็นกิจกรรมต่างๆ ซึ่งบุคคลแสดงออกโดยผู้อื่นอาจเห็น พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกมานั้น มีผลมาจากการเลือกปฏิบัติตอบสนองที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดตามสถานการณ์นั้นๆ เนื่องจากได้รับความรู้จากแหล่งต่างๆไม่เท่ากัน มีการตีความสารที่รับมาไปคนละทิศคนละทางทำให้เกิดการเรียนรู้ และการสังสมประสบการณ์ในเรื่องความรู้ ที่ไม่เท่ากัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลีรัตน์ เทศกิม และสุภาวณี ทับเนร(2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Blackberry และ iPhone กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยา เขตวังท่าพระ วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ และวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยมุ่งเพื่อศึกษา พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Blackberry และ iPhone และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และผลเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อ

การตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ มีความสอดคล้องกัน ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญแตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.2 ด้านเทคโนโลยี ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยส่วนใหญ่จะสนใจแอปพลิเคชันใหม่ๆ เกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ และดาวน์โหลดมาใช้งานเสมอ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่ายุคปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้การใช้โทรศัพท์มือถือมีฟังก์ชัน และแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ สอดคล้องกับแนวคิดของสนธยา ขาวพิมล (2557) เทคโนโลยีการสื่อสารมีความสำคัญต่อมนุษย์อย่างมากเพื่อตอบสนองความต้องการ ดังนั้นมนุษย์จึงต้องประดิษฐ์คิดค้นเรื่องมือถือสารพัฒนาให้มีความทันสมัยมากขึ้น และอำนวยความสะดวกให้กับมนุษย์ได้มากขึ้น โทรศัพท์เคลื่อนที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตเพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกัน และมีส่วนร่วมทั้งในการดำรงชีวิตประจำวัน การดำเนินธุรกิจ ฯลฯ เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรนนท์ เพ็ชรอุสาหะ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ ไอโฟน กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการศูนย์รวมโทรศัพท์ของห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง โดยใช้วิธีการสำรวจกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การ วิเคราะห์ความแปรปรวนและการทดสอบโดยใช้สถิติแกมมา ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเลือก ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญที่ทำให้เลือกซื้อเนื่องจากดีไซน์ของตัวเครื่องและฟังก์ชัน ต่างๆ

1.3 ด้านการตลาดของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยส่วนใหญ่จะศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือจากแผ่นพับ โบว์ชัวร์และเอกสารต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่ นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงจะศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือที่มีความต้องการไม่ว่าจะเป็นฟังก์ชันการใช้งาน แอปพลิเคชันต่าง ๆ จาก สอดคล้องกับแนวคิดของ วีรัชย์ กฤษฏาวารกุล (2557) และ จารูวัตร อัครทิวา (2557) พบว่าปัจจัยด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดไม่มีผลกับการตัดสินใจซื้อ สมาร์ทโฟน และ Smart TVตามลำดับ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้น้ำหนักความสำคัญที่ผลิตภัณฑ์นั้นเหมาะสมกับความต้องการหรือไม่เป็นหลัก โดยการค้นหาข้อมูลจากแหล่งทางอินเทอร์เน็ต อีกทั้งกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของแต่ละตราสินค้ามีความคล้ายคลึงไม่แตกต่างกันมากนัก เช่น การใช้ดารานักแสดงนำเสนอขายสินค้าแต่ก็ยังไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคเท่าที่ควรและสอดคล้องกับแนวคิดของเนตรนภา โสภะสุนทร (2554) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภค นักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นให้ความสำคัญโดยภาพรวมน้อยที่สุดคือ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะให้ความสำคัญต่อรายการส่งเสริมการขายเป็นหลัก รองลงมาเป็นพนักงานขาย รองลงมาคือเอกสารประกอบการพิจารณาเกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้โทรศัพท์มือถือ ที่อาจจะมีการจัดแสดงสินค้าตามห้างร้าน หรือสถานที่ต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งหรือจุดขายที่หลายๆรายมารวมตัวกัน

2. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพทางการสมรส สาขาที่ศึกษา อาชีพและรายได้ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ลักษณะของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มีเพศ ต่างกันทำ ให้พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือโดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การใช้โทรศัพท์มือถือมีความจำเป็นทั้ง เพศชายและเพศหญิง ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวัน และสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือเพศหญิงมี แนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและ รับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่ง ข่าวสารนั้น ด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและ เพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและ ทศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน และสอดคล้องกับ แนวคิดของชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์ (2551) เพศ หมายถึง ความเป็นหญิง ความเป็นชาย ที่มาจากความรู้สึกส่วนตัว หรือสถานภาพทางกฎหมาย ที่สังคมปลูกฝังให้มีบทบาทเป็นหญิงหรือเป็นชายตามสภาวะการณ์และเงื่อนไขที่ กำหนด เพศจึงเป็นตัวกำหนดความเป็นตัวตน ทักษะ และความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่นในแต่ละเพศ

2.2 ลักษณะของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มีอายุต่างกัน ทำ ให้พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าโทรศัพท์มือถือเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้ ชีวิตประจำวันของคนทุกวัยต้องใช้งานตามความจำเป็นของแต่ละบุคคล สอดคล้องกับแนวคิดของ ประมะ สตะ เวทิน (2546) กล่าวว่าคนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกันเกี่ยวกับ อายุ (Age) ถือเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด และพฤติกรรม คือ คนที่มีอายุน้อยกว่าส่วนใหญ่จะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถือ อุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มีอายุมากกว่า ซึ่งคนที่มีอายุมากกว่ามักจะมี อาจเนื่องจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน และลักษณะการใช้สื่อที่แตกต่างกัน เพราะคนที่มีอายุมากมักจะ ใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารมากกว่าใช้สื่อ เพื่อแสวงหาความบันเทิง และสอดคล้องกับแนวคิดของ สุภัก อนุาปี (2559) กล่าวถึงลักษณะทางประชากร อายุ (Age) การชักจูงจิตใจ โน้มน้าวใจ การใช้ภาษาหรือการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกัน เช่น คำแสดงจะพบในกลุ่มวัยรุ่นมากกว่าในกลุ่มผู้สูงอายุ

2.3 ลักษณะของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มี สาขาวิชา ต่างกันทำให้พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือโดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เพราะนักศึกษาทุกสาขาวิชา มีพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือเหมือนกันแล้วแต่สาระสำคัญของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิกิพี เดีย สารานุกรมเสรี (2546) ได้กล่าว สาขาวิชา หมายถึง สาขาความรู้ หรือ การวิจัยที่เปิดสอนในวิทยาลัยหรือ มหาวิทยาลัย คำว่า สาขาวิชา ได้รับการนิยามและยอมรับโดย วารสารวิชาการที่ตีพิมพ์ผลงานวิจัย และโดยสมาคม ผู้รู้ (learned societies) และโดยภาควิชาหรือคณะวิชาที่บุคคลผู้อยู่ในสาขาวิชานั้นๆ สังเกต โดยปกติ สาขา การศึกษาต่างๆ มักมีสาขาย่อยหรือแขนงวิชาแตกออกไป เส้นแบ่งระหว่างสาขาย่อยมักยังมีความคลุมเครือและมี กฎเกณฑ์ที่ไม่ชัดเจน และสอดคล้องกับแนวคิดของ สาขาวิชา คือ หลักสูตรการจัดการเรียนการสอนเฉพาะ โดย แบ่งเป็นแขนงย่อยมาจากคณะวิชา และสอดคล้องกับแนวคิดของคลังณะแนว (2554) กล่าวถึงสาขาวิชา จะเน้น การจัดการเรียนการสอน และหลักสูตรเฉพาะลงไป เพื่อให้ผู้ศึกษามีความรู้เฉพาะทางในสาขานั้น ๆ สำหรับนำไป

ประกอบอาชีพในอนาคตเมื่อจบการศึกษา เช่น สาขาวิชาเกี่ยวกับแนะแนว ก็จะเน้นความรู้เฉพาะทางเกี่ยวกับการแนะแนวทุกรูปแบบ เป็นต้น

2.4 ลักษณะของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มี สถานภาพการสมรส ต่างกันทำให้พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือโดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากสถานภาพการสมรสไม่ผลทำให้การใช้โทรศัพท์มือถือแตกต่างกันเพราะทุกคนส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้โทรศัพท์มือถือเหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2551) ได้กล่าวว่า คือการเข้าสู่ชีวิตสมรส การแยกทางกันของชีวิตสมรสเนื่องมาจากการตายการแยกกันอยู่การหย่าร้างหรือการสมรสใหม่ สถานภาพสมรสเป็นลักษณะทางประชากรที่สำคัญที่เกี่ยวกับเรื่องทางเศรษฐกิจสังคม และกฎหมาย ประเด็นสำคัญที่ใช้ศึกษาองค์ประกอบเกี่ยวกับสถานภาพสมรสของประชากร คือ ประเภทของสถานภาพสมรส ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคลคนใดโดยส่วนใหญ่แล้วมักจะมีความคิดที่เป็นอิสระมากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว เนื่องจากไม่มีภาระผูกพันหรือความรับผิดชอบมากเท่าคนที่แต่งงานแล้วโดยแบ่งแยกประเภทของสถานภาพสมรส ได้แก่ โสด สมรส แยกกันอยู่/หย่าร้าง หม้าย และสอดคล้องกับแนวคิดของสุณิสา ตรงจิตร (2559) สถานภาพทางการสมรส คือ ประเภทของสภาพสมรสมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า เนื่องจากมีวิถีคิด ทัศนคติและความจำเป็นที่แตกต่างกัน

2.5 ลักษณะของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือโดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าโดยส่วนใหญ่ทุกอาชีพต้องใช้โทรศัพท์มือถือในการติดต่อสื่อสารประสานงานต่าง ๆ และแต่ลักษณะหรือบริบทของงานนั้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2551) อาชีพ หมายถึง ตำแหน่งงานต่างๆที่นำมาซึ่งรายได้ อาจจะมาจกค่าจ้าง ค่าตอบแทน หรือผลกำไร เช่น ครู พนักงานขาย ช่างนา เป็นต้น ในการเก็บข้อมูลประชากรด้านอาชีพจึง หมายถึงงานที่บุคคลทำในระหว่างช่วงเวลาที่กำหนดอาชีพของงานที่ทำอยู่ในปัจจุบันหรือเคยทำมาก่อนหน้านี้โดยไม่คำนึงถึงสถานภาพของบุคคลและประเภทของงานในแต่ละงาน เนื่องจากอาชีพมีหลากหลายในปัจจุบัน จึงต้องมีการจัดกลุ่มอาชีพที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน และแตกต่างกันออกไป ซึ่งจะบ่งบอกลักษณะเฉพาะ และความสนใจของแต่ละบุคคล และสอดคล้องกับแนวคิดของไพลิน บรรพโต (2561) การประกอบอาชีพมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมากก็ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในด้านเศรษฐกิจ แต่ยังคงสนองความต้องการด้านอื่นๆ เช่น ด้านสังคมและด้านใจ เช่น มนุษย์ยังต้องมีสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ย่อมมีความเป็นตัวของตัวเองสูง และมีความแตกต่างในเรื่องของบุคคลของแต่ละบุคคลอย่างชัดเจน การเลือกประกอบอาชีพจึงมีความสำคัญต่อชีวิตเพราะถ้าบุคคลหนึ่งสามารถเลือกอาชีพได้เหมาะสมกับตัวเอง ก็จะส่งผลให้บุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ และมีความเจริญก้าวหน้าได้ไม่ยาก

2.6 ลักษณะของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มีรายได้ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สอดคล้องกับแนวคิดของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2551) ได้กล่าวว่า รายได้ ใช้เป็นการวัดฐานะทางเศรษฐกิจของครัวเรือน ความแตกต่างของ รายได้แต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับระดับอาชีพและการศึกษาถือ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการบริโภค ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการ

กำหนดความคิดและการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากการตลาดจึงตระหนักถึงรายได้เสมอในการนำมาวางแผนเพื่อให้เกิดการบริโภคสินค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถจำแนกได้ ดังนี้ รายได้ที่แท้จริง รายได้ที่หักภาษีแล้ว รายได้ ที่หักค่าใช้จ่ายพื้นฐาน รายได้ที่ มีใช้ตัวเงิน และสอดคล้องกับแนวคิดของ สุนิสา ตรงจิตร (2559) กล่าวว่า รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) เป็นตัวชี้วัดการมีหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งในความเป็นจริงการเลือกซื้อสินค้าอาจมาจากรูปแบบของการดำรงชีวิต อาชีพ และรสนิยมส่วนตัว เป็นต้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อให้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับ ผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจด้านการผลิตและจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ ในการผลิตให้ตรงความต้องการของลูกค้าและทราบปัจจัยลักษณะประชากรกลุ่มผู้บริโภคโทรศัพท์มือถือในระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรามคำแหง

1.2 ผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง แสดงให้เห็นว่า ประชากรที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง อายุ และรายได้ ที่ต่างกันทำให้พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน ดังนั้น บริษัทหรือผู้ประกอบการจึงควรให้ความสนใจกับลักษณะกลุ่มเป้าหมาย เพราะเนื่องจากลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคเลือกใช้โทรศัพท์มือถือแตกต่างกันไปตามปัจจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาไปแล้วนั้น มีผลทำให้พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือต่างกัน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาประชากรที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงเท่านั้นเพื่อให้การวิจัยในครั้งต่อไปควรจะขยายเขตพื้นที่ที่จะศึกษาให้เพิ่มมากขึ้น ในเขตต่างๆ หรือมหาวิทยาลัยอื่นๆ ที่มีประชากรที่เหมาะสมเพื่อทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของกลุ่มประชากรใหม่ ๆ จะส่งผลให้การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นและทำให้ทราบข้อมูลที่มีความครอบคลุมเนื้อหาสาระต่าง ๆ มากขึ้น

2.2 เพื่อการศึกษากการวิจัยในครั้งต่อไปได้ข้อมูลที่หลากหลายและชัดเจนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการนำสถิติตัวอื่นมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ผลที่มีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม เช่นการสัมภาษณ์เชิงลึก และจัดการสัมภาษณ์แบบกลุ่มควบคู่กับการแจกแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากเพื่อใช้ในการศึกษาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จิรนนท์ เพียรอุสาหะ. (2552). การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน กรณีศึกษาศูนย์รวมโทรศัพท์เคลื่อนที่ห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เนตรนภา โสภะสุนทร. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2533). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จำรัสการพิมพ์.
- ไพลิน บรรพโต. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรม ระดับชั้นปริญญาตรีในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีรชัย กฤษฏารกุล และ จารุวัตร อัครทิวา. (2557). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟนในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วลีรัตน์ เทศกัมและสุภาวิณี ทับเนร. (2553). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Blackberry และ iPhone ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุนิสา ตรงจิตร์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2551). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สื่ออิเล็กทรอนิกส์**
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2546). รายการสาขาวิชา. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2563.
จาก <https://th.wikipedia.org/>.
- คลังแนะแนว. (2554). ความหมายของสาขาวิชา. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2563.
จาก <https://naenaew.blogspot.com>.