

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ศึกษาถึงพฤติกรรมในการใช้บริการ และศึกษาถึงทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการ และหน่วยงานที่ให้บริการ ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษามาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการเสนอแนะ ปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานของ การสื่อสารแห่งประเทศไทย ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ต่อไป ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1. สถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้แยกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มครัวเรือน พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ ร้อยละ 60.5 อายุ ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.5 ด้านการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.0 อาชีพ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 33.5 ระดับรายได้ พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.0 และพบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 60.0

1.2 กลุ่มธุรกิจ พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ ประกอบกิจการประเภท ธุรกิจบริการ คือ ร้อยละ 47.1 ยอดขายหรือรายได้ของกิจการต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มียอดขายน้อยกว่า 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.8 จำนวนพนักงานในกิจการ ส่วนใหญ่มีพนักงานน้อยกว่า 20 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 ด้านระยะเวลาของการดำเนินกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 2 - 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.3

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

2.1 กลุ่มครัวเรือน พบว่า

- ความคิดเห็นต่ออัตราค่าบริการ มีผลต่อ ยอดค่าบริการ
- รายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อ ยอดค่าบริการ
- รายได้ต่อเดือน มีผลต่อ ความถี่ของการใช้บริการ

- การใช้บริการอื่นทดแทน ไม่มีผลต่อ ยอดค่าใช้บริการ
- การใช้บริการอื่นทดแทน ไม่มีผลต่อ ความถี่ของการใช้
- อาชีพ ไม่มีผลต่อ ยอดค่าใช้บริการ
- อาชีพ ไม่มีผลต่อ ความถี่ของการใช้
- การโฆษณา ไม่มีผลต่อ ยอดค่าใช้บริการ
- การโฆษณา ไม่มีผลต่อ ความถี่ของการใช้

2.2 ในกลุ่มธุรกิจ พบว่า

- ความคิดเห็นต่ออัตราค่าบริการ ไม่มีผลต่อ ยอดค่าใช้บริการ
- ยอดขายของกิจการ มีผลต่อ ยอดค่าใช้บริการ
- ยอดขายของกิจการ มีผลต่อ ความถี่ของการใช้
- การใช้บริการอื่นทดแทน มีผลต่อ ยอดค่าใช้บริการ
- การใช้บริการอื่นทดแทน ไม่มีผลต่อ ความถี่ของการใช้
- ประเภทของกิจการ มีผลต่อ ยอดค่าใช้บริการ
- ประเภทของกิจการ มีผลต่อ ความถี่ของการใช้
- การโฆษณา ไม่มีผลต่อ ยอดค่าใช้บริการ
- การโฆษณา ไม่มีผลต่อ ความถี่ของการใช้

3. พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

3.1 ในกลุ่มครัวเรือน พบว่า ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในระบบอัตโนมัติ คือร้อยละ 73.5 ทั้งนี้หากใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในระบบผ่านพนักงานสลับสายแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่ ใช้บริการแบบเจาะจงตัวผู้พูด(Person Call) คิดเป็นร้อยละ 51.9 กลุ่มครัวเรือนส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ได้รับความสะดวกจากการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศคืออยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 86.0 ลักษณะของปัญหาที่ผู้ใช้บริการไม่ได้รับความสะดวก ส่วนใหญ่ คือ ปัญหาการเรียกติดต่อยาก โดยมีความถี่เท่ากับ 18 สำหรับรูปแบบของการใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้การติดต่อด้วยเสียงพูด คิดเป็นร้อยละ 52.0 ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการนิยมใช้ ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วง 21.01 - 24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 25.2 ยอดค่าใช้บริการโดย

เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มียอดค่าใช้จ่ายบริการน้อยกว่า 1,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 42.0 ความถี่ของการใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการน้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 51.5 ความคิดเห็นต่ออัตราค่าบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ส่วนใหญ่เห็นว่าอัตราค่าบริการสูงไป คิดเป็นร้อยละ 69.5 หากอัตราค่าบริการลดต่ำลงกว่าเดิม ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า จะใช้บริการเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 83.5 การใช้บริการอื่นเพื่อทดแทนการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ส่วนใหญ่มีการใช้บริการอื่นทดแทน คิดเป็นร้อยละ 52.0 บริการทดแทนที่เลือกใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่ใช้ E-mail เพื่อทดแทนการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 84.6 ในกลุ่มผู้ให้บริการอื่นทดแทน ผลของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่อการใช้บริการ ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่ามีผล คิดเป็นร้อยละ 76.5 สถานที่ที่ผู้ให้บริการไปชำระค่าบริการ พบว่าส่วนใหญ่ไปชำระค่าบริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ คิดเป็นร้อยละ 66.0 และพบว่าส่วนใหญ่ได้รับความสะดวกจากการไปชำระค่าบริการคืออยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 97.0

3.2 ในกลุ่มธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในระบบอัตโนมัติ คือร้อยละ 60.0 ทั้งนี้หากใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในระบบผ่านพนักงานสลับสายแล้ว พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการแบบไม่เจาะจงตัวผู้พูด (Station Call) คิดเป็นร้อยละ 44.2 กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ได้รับความสะดวกจากการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศคืออยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 74.3 ลักษณะของปัญหาที่ผู้ให้บริการไม่ได้รับความสะดวก ส่วนใหญ่คือ ปัญหาการเรียกติดต่อยาก โดยมีความถี่เท่ากับ 12 สำหรับรูปแบบของการใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้การติดต่อทั้ง 2 วิธี คือด้วยเสียงพูดและติดต่อทาง FAX คิดเป็นร้อยละ 82.9 ช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการนิยมใช้ ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วง 12.01 - 17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 34.1 ยอดค่าใช้จ่ายบริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มียอดค่าใช้จ่ายบริการในช่วงมากกว่า 10,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 47.1 ความถี่ของการใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการมากกว่า 25 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 57.1 ความคิดเห็นต่ออัตราค่าบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ส่วนใหญ่เห็นว่าอัตราค่าบริการสูงไป คิดเป็นร้อยละ 68.6 หากอัตราค่าบริการลดต่ำลงกว่าเดิม ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า จะใช้บริการเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 81.4 การใช้บริการอื่นเพื่อทดแทนการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ส่วนใหญ่มีการใช้บริการอื่นทดแทน คิดเป็นร้อยละ 70.0 บริการทดแทนที่เลือกใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่ใช้ E-mail เพื่อทดแทนการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 81.6 ในกลุ่มผู้ให้บริการอื่นทดแทนผลของการ

โฆษณาประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่อการใช้บริการ ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า มีผล คิดเป็นร้อยละ 78.6 สถานที่ที่ผู้ใช้บริการไปชำระค่าใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่ไปชำระค่าใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ คิดเป็นร้อยละ 61.4 และพบว่าส่วนใหญ่ได้รับความสะดวกจากการไปชำระค่าใช้บริการคืออยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 84.3

4. การรับรู้ข่าวสารของหน่วยงานและข้อคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อสื่อที่หน่วยงานความเลือกใช้เพิ่มเติม พบว่า

4.1 กลุ่มครัวเรือนส่วนใหญ่ได้รับทราบข่าวสารหรือการโฆษณาบริการของหน่วยงาน คือร้อยละ 65.0 โดยส่วนใหญ่ได้รับทราบจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 56.0 สำหรับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่าหน่วยงานควรใช้เพิ่ม คือ สื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 84.5 รองลงมา คือ สื่อจดหมายตรง คิดเป็นร้อยละ 73.0

4.2 กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับทราบข่าวสารหรือการโฆษณาบริการของหน่วยงาน คือร้อยละ 72.9 โดยส่วนใหญ่ได้รับทราบจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 58.6 สำหรับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่าหน่วยงานควรใช้เพิ่ม คือ สื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 77.1 รองลงมา คือ สื่อวิทยุกระจายเสียง และ โปสเตอร์ แผ่นพับ/ใบปลิว มีสัดส่วนที่เท่ากัน คือร้อยละ 75.7

5. ทศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการและหน่วยงานที่ให้บริการ

5.1 ทศนคติที่มีต่อด้านการบริการ พบว่าในกลุ่มครัวเรือน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการ ดังนี้

- การให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในระบบอัตโนมัติ(ISD)
ส่วนใหญ่พึงพอใจ คือร้อยละ 66.0
- การให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศระบบผ่านพนักงานสลับสาย(DMD)
ส่วนใหญ่พึงพอใจ คือร้อยละ 70.0
- อัตราค่าใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ
ส่วนใหญ่พึงพอใจมาก คือร้อยละ 69.5

- ความสะดวกจากการเรียกใช้งานจากเครื่องโทรศัพท์/โทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลอดจนเครื่องโทรศัพท์สาธารณะ
ส่วนใหญ่พึงพอใจ คือร้อยละ 66.5
- การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับตัวบริการจากหน่วยงานที่ให้บริการ
ส่วนใหญ่พึงพอใจ คือร้อยละ 56.5

สำหรับกลุ่มธุรกิจพบว่า มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการ ดังนี้

- การให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในระบบอัตโนมัติ(ISD)
ส่วนใหญ่พึงพอใจ คือร้อยละ 72.8
- การให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศระบบผ่านพนักงานสลับสาย(DMD)
ส่วนใหญ่พึงพอใจ คือร้อยละ 64.3
- อัตราค่าใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ
ส่วนใหญ่พึงพอใจมาก คือร้อยละ 68.6
- ความสะดวกจากการเรียกใช้งานจากเครื่องโทรศัพท์/โทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลอดจนเครื่องโทรศัพท์สาธารณะ
ส่วนใหญ่พึงพอใจ คือร้อยละ 80.0
- การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับตัวบริการจากหน่วยงานที่ให้บริการ
ส่วนใหญ่พึงพอใจ คือร้อยละ 61.4

5.2 ทศนคติที่มีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ พบว่าในกลุ่มครัวเรือนมีระดับความคิดเห็นต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ดังนี้

- ใช้เทคโนโลยีอันทันสมัยในการให้บริการ
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 53.5
- เป็นหน่วยงานที่มีชื่อเสียง
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 73.5
- เป็นหน่วยงานที่มีความมั่นคงในการดำเนินงาน
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 61.5
- มีความซื่อสัตย์ในการให้บริการและไว้วางใจได้
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 56.0

- ให้บริการด้วยความรวดเร็วทันใจผู้ใช้บริการ
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 52.5
- เป็นผู้นำทางด้านสื่อสารโทรคมนาคมของประเทศ
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 52.5
- เป็นหน่วยงานที่ให้ความสำคัญต่อลูกค้าอย่างดี
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 54.5

สำหรับกลุ่มธุรกิจพบว่ามึระดับความคิดเห็นต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ดังนี้

- ใช้เทคโนโลยีอันทันสมัยในการให้บริการ
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 64.2
- เป็นหน่วยงานที่มีชื่อเสียง
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 71.4
- เป็นหน่วยงานที่มีความมั่นคงในการดำเนินงาน
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 80.0
- มีความซื่อสัตย์ในการให้บริการและไว้วางใจได้
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 74.3
- ให้บริการด้วยความรวดเร็วทันใจผู้ใช้บริการ
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 64.3
- เป็นผู้นำทางด้านสื่อสารโทรคมนาคมของประเทศ
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 61.4
- เป็นหน่วยงานที่ให้ความสำคัญต่อลูกค้าอย่างดี
ส่วนใหญ่ เห็นด้วย คือร้อยละ 64.3

5.2 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. ข้อมูลจากการศึกษาทางด้านปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ พบว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์รับบริการ ไม่มีผลต่อยอดค่าใช้บริการ ฉะนั้นในการกำหนดนโยบายทางด้านการตลาดของหน่วยงานที่ให้บริการ ควรปรับแผนงานทางด้านส่วนผสมการส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ ควรลดงบประมาณในส่วนของกิจกรรมที่เกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งกระตุ้นให้เกิดการให้บริการ และควรนำงบประมาณที่ปรับลดไปใช้ในกิจกรรมทางด้านการตลาดอื่น ๆ เช่น ใช้เพื่อการส่งเสริมการขาย อาทิ การลดค่าใช้บริการให้แก่ผู้ใช้ในกรณีที่มียอดการใ้บริการ หรือควรที่จะปรับเปลี่ยนแนวทางการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มุ่งกระตุ้นให้เกิดการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ ในด้านของอัตราค่าบริการพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าอัตราค่าบริการสูงไป และผลจากการทดสอบปัจจัยอัตราค่าบริการกับยอดค่าบริการจะได้ว่าในกลุ่มครัวเรือนอัตราค่าบริการมีผลต่อยอดค่าบริการ และผลจากการทดสอบปัจจัยดังกล่าวในกลุ่มธุรกิจพบว่า อัตราค่าบริการไม่มีผลต่อยอดค่าบริการ เหตุผลที่เป็นเช่นนั้นอาจเนื่องมาจากในกลุ่มผู้ใช้บริการประเภทกลุ่มครัวเรือนจะเป็นการใช้ในเรื่องส่วนตัวมากกว่าการใช้ในเชิงธุรกิจ จึงมีความจำเป็นในการใช้บริการน้อย ในขณะที่ในกลุ่มธุรกิจการใช้งานส่วนใหญ่เป็นการติดต่อในเรื่องงานจึงมีความจำเป็นต้องใช้บริการมากและไม่มีทางเลือกอื่นเนื่องจากบริการดังกล่าวถูกผูกขาดโดยหน่วยงานที่ให้บริการ ฉะนั้นในอนาคตข้างหน้าที่จะมีการเปิดเสรีโทรคมนาคม ทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้น หน่วยงานที่ให้บริการจะต้องทำการปรับลดอัตราค่าบริการลงเพื่อรักษายอดขายของตนเองต่อไป

2. ด้านการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ จากข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการที่ได้ สะท้อนให้เห็นว่าหน่วยงานที่ให้บริการควรเร่งปรับปรุงการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในระบบอัตโนมัติ(ISD) และระบบผ่านพนักงานสลับสาย (DMD) โดยเฉพาะประเด็นปัญหาการเรียกติดต่อยาก และคุณภาพของพนักงานสลับสาย เพราะมีผู้ใช้บริการในกลุ่มธุรกิจถึง ร้อยละ 25.7 และผู้ใช้บริการในกลุ่มครัวเรือน ถึง ร้อยละ 14.0 เห็นว่ายังไม่ได้ได้รับความสะดวกจากการใช้บริการเท่าที่ควร นอกจากนี้ยังพบว่าการใช้อัตราค่าบริการแบบ Price Discrimination กล่าวคือ กำหนดอัตราค่าบริการในแตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้งาน ทั้งนี้เพื่อลดความหนาแน่นของ Traffic การติดต่อในช่วง Peak Time มีความเหมาะสมและได้ผล โดยเฉพาะในกลุ่มครัวเรือน ฉะนั้นควรใช้อัตราในลักษณะดังกล่าวต่อไป ด้านความสะดวกในการชำระค่าบริการในกลุ่ม

ครัวเรือน ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้ใช้บริการรายเล็ก มีเพียงร้อยละ 3.0 เท่านั้น ที่ไม่ได้รับความสะดวกในการไปชำระค่าใช้บริการ แต่ในกลุ่มธุรกิจ ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการรายใหญ่ มีถึงร้อยละ 15.7 ที่เห็นว่ายังไม่ได้รับความสะดวกจากการไปชำระค่าใช้บริการ ดังนั้นหน่วยงานควรเร่งแก้ไขปรับปรุงการบริการ โดยเฉพาะด้านความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการซึ่งเป็นประเด็นปัญหาที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ตำหนิ หน่วยงานควรเพิ่มเจ้าหน้าที่รับชำระค่าใช้บริการในช่วงเวลาเร่งด่วน ที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ซึ่งจะช่วยลดเวลาของการไปชำระค่าใช้บริการลงได้

3. ด้านการเผยแพร่ข่าวสารและโฆษณาประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน

มีผู้ใช้บริการในกลุ่มครัวเรือนถึงร้อยละ 35.0 ที่ตอบว่าไม่ได้รับทราบข่าวสาร ข้อมูล และผู้ใช้บริการในกลุ่มธุรกิจ ร้อยละ 27.1 ตอบว่าไม่ได้รับทราบข่าวสารของหน่วยงานเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานมีปัญหาในเรื่องของการให้ข่าวสารข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการค่อนข้างมาก ฉะนั้นจึงควรเร่งแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทั้งนี้ต้องกลับไปศึกษาว่าหน่วยงานได้มีแผนงานในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารถึงผู้ใช้บริการหรือไม่อย่างไร พิจารณาถึงสื่อที่หน่วยงานเลือกใช้ว่าเหมาะสมหรือไม่ ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทำให้ทราบว่าส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้บริการจะได้รับทราบข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ สื่อโปสเตอร์ แผ่นพับ/ใบปลิว ฉะนั้นหน่วยงานควรที่จะได้เลือกใช้สื่อให้เหมาะสมต่อไป

4. ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการและหน่วยงานที่ให้บริการ

ส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้บริการที่ทัศนคติที่ดีต่อการบริการและหน่วยงานที่ให้บริการในระดับที่ค่อนข้างดีซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดเด่นของหน่วยงาน เพราะฉะนั้นหน่วยงานจึงควรพยายามรักษาภาพลักษณ์ที่ดีเหล่านี้ไว้

5.3 ข้อจำกัดในการศึกษาและข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้เขียนได้รับความร่วมมืออย่างดีในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ สำหรับการวิเคราะห์จากผู้ให้บริการ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยขอเสนอแนะสำหรับผู้ที่จะทำการศึกษาวิจัยในเรื่องเกี่ยวกับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศไว้ดังนี้

เนื่องจากเนื้อหาการศึกษาครั้งนี้มิได้มีการศึกษาถึงกลุ่มที่ยังไม่ได้ใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศไว้ด้วย ซึ่งในความเป็นจริงแล้วกลุ่มเหล่านี้ก็มีโอกาสที่จะเป็นผู้ใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศในอนาคตข้างหน้า สำหรับผู้สนใจจะศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องดังกล่าวด้วย