

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์  
รหัสส่วนตัว

ชื่อผู้เขียน ว่าที่ร้อยตรี นพคุณ จิตติวัฒน์พงศ์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ ผศ.ดร. ประเสริฐ ไชยทิพย์ ประธานกรรมการ  
ผศ.ดร. อัญชลี แจ่มเจริญ กรรมการ  
ผศ. กาญจนา โชคถาวร กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์หลักของการศึกษา 4 ประการ คือ ประการแรก ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว ประการที่สอง ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว ประการที่สาม ศึกษาถึงทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว และประการที่สี่ ศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจและเหตุผลของผู้ที่ยังไม่ได้ใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว

วิธีการศึกษา เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่เคยใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว ทำการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากผู้ใช้บริการที่มาซื้อบัตรรหัสส่วนตัว ณ สำนักงานบริการโทรศัพท์ 4 แห่ง รวมทั้งหมด 200 ตัวอย่าง และกลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จากกลุ่มข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ นักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัทห้างร้าน กลุ่มประชาชนทั่วไป รวมทั้งหมด 100 ตัวอย่าง

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว พบว่ารูปภาพที่พิมพ์บนบัตรเป็นรูปตนเองมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งระดับอัตราค่าใช้บริการโทรศัพท์ลดลงจะใช้บริการเท่าเดิม ส่วนมากจะเลือกใช้บริการอื่นทดแทนเมื่อเทียบกับอัตราค่าโทรศัพท์ สำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ และค่าบริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัวใช้บริการ

โทรศัพท์ทางไกลในประเทศราคาประหยัด(Y-teI 1234)ได้ จะมีความต้องการซื้อใช้บริการโทรศัพท์  
รหัสส่วนตัว

พฤติกรรมในการใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว พบว่าส่วนมากจะเลือกซื้อที่สำนักงาน  
บริการโทรศัพท์มากกว่าสถานที่อื่น และใช้บริการโทรศัพท์ที่ทำงานมากกว่าที่อื่น ราคาบัตร  
โทรศัพท์รหัสส่วนตัวจะซื้อบ่อยที่สุดคือ 100 บาท ซึ่งใช้บริการโทรศัพท์เดือนละ 1-5 ครั้ง โดยใช้  
ในช่วงเวลา 12.01-16.00 น. ใช้ติดต่อธุระส่วนตัวและโทรภายในท้องถิ่นมากกว่าทางไกล ผู้ใช้  
บริการไม่นิยมเก็บสะสมบัตรโทรศัพท์รหัสส่วนตัว ปัญหาการครหหัสส่วนตัวจำนวน 14 หลัก ผู้ใช้  
บริการจะกดผิดตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไปถึงร้อยละ 85.5

ผลการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว พบว่าการ  
พิมพ์คำแนะนำวิธีการใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัวมีขนาดพอดี รวมทั้งคำแนะนำอ่านเข้าใจง่าย  
ส่วนมากมีความสะดวกในการซื้อบัตร ราคาจำหน่ายของบัตรโทรศัพท์รหัสส่วนตัวมีความเหมาะสม  
สมคิและควรมีเครื่องจำหน่ายบัตรแบบอัตโนมัติและบริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัวมีความน่าใช้  
เพราะไม่ต้องยุ่งยากในการพกพาเหรียญจำนวนมากและโทรจากเครื่องโทรศัพท์ที่ถูกถือในที่  
ทำงานได้

ความรู้ความเข้าใจของผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการโทรศัพท์รหัสส่วนตัว กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก  
ไม่ทราบวิธีการใช้บริการ ระดับอัตราค่าบริการใช้อัตราเดียวกันกับโทรศัพท์สาธารณะ และสามารถ  
โทรทางไกลต่างประเทศได้ สำหรับเหตุผลของผู้ที่ไม่เลือกใช้คือ ขั้นตอนวิธีการใช้ที่ค่อนข้างยุ่ง  
ยากซึ่งจะต้องใช้กับระบบโทรศัพท์ขององค์การ โทรศัพท์ และรวมทั้งจำนวนเครื่องโทรศัพท์  
สาธารณะมีบริการไม่เพียงพอ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเลือกใช้บริการอื่นทดแทนมีความสัมพันธ์กับระดับ  
รายได้ รูปภาพตนเองหรือของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับกลุ่มอาชีพ ซึ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์  
สัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีความสัมพันธ์กับกลุ่มอาชีพ และอัตราค่าใช้บริการลด  
ลงมีความสัมพันธ์กับระดับอายุ โดยอายุระหว่าง 21 – 40 ปี มีความต้องการใช้บริการเพิ่มขึ้น

<b>Independent Study Title</b>	Factors Affecting the Demand for Personal Identification Number Phone		
<b>Author</b>	Act. SUB LT Nopadol Chittiwatanaphong		
<b>M.Econ.</b>	Economics		
<b>Examining Committee</b>	Assistant Prof. Dr. Prasert	Chaithip	Chairperson
	Assistant Prof. Dr. Anchalee	Jengjalern	Member
	Assistant Prof. Kanchana	Chokethaworn	Member

### ABSTRACT

The study of factors affecting the demand for Personal Identification Number Phone in muang district, Chiang Mai has four objectives. Firstly, to study the factors affecting demand in the using of Personal Identification Number Phone. Secondly, to study behavior in the using of Personal Identification Number Phone. Thirdly, to study client attitude towards the services. Finally, to study knowledge and reason of people who do not use the services.

The data was collected by the questionnaire completed by two groups of subjects: First, the accidental sampling of 200 subjects who bought Personal Identification Number Phone (PIN phone) from 4 offices. Second, the stratified sampling of 100 subjects consisting of government or state enterprise officers, students, private employees and general people.

Concerning factors affecting demand in the use of PIN phone services, the study indicates that the decision to buy the service depends on whether or not the users can put their own or family pictures on the cards and that the decreased telephone rates do not affect the normal use. In addition, most samples prefer other telephone options such as mobile phones over PIN phones. Furthermore, advertisement and publicity also affect the decision of telephone uses. If PIN phone services can be used in conjunction with the economy telephone service (Y-tel 1234) the samples will be more interested.

The results of the study behavior in using of PIN phone services show that most users bought at telephone service offices more than other places. The PIN phone price that they usually bought is 100 baht and used 1-5 times a month on average, usually during 12.01-04.00 p.m. and used for local more than long distance calls. Moreover, they did not collect PIN phone Cards also, 85.5 percent of users made mistakes in using the identification code of 14 digits more than once.

The results of the attitude show the instructions are easy to read and follow. The users can buy the cards at convenient location at reasonable prices. Furthermore, the users think there should be Automatic Seller Machine. Finally, the service is attractive because users do have carry coins and this service can be used in offices where long distance calls are locked.

Most samples who did not use the service do not know enough information. For example, they do not know that PIN phone service is the same rate as the public telephone and that it can be used for oversea calls. Moreover, they find the service complicated as the cards must be used only with the Telephone organization of Thailand phones and there are not enough public telephones.

The results of the hypotheses testing show that the using of other phone options relate to income level. The pictures of themselves or the family relate to certain work groups. The advertisement also affects the decision and relates to the group works. Finally, the reduced service rates affect users between 21 - 40 of age.