

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อที่จะศึกษาพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ ยูบีซี ในจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 364 คน สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาสรุปผลตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6W's และ 1H ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิงมากกว่าชาย คิดเป็นร้อยละ 51.60 อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.10 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 50.30 ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.90 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.30 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.90 และผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 1-3 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.70

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้อุปกรณ์เช่า คิดเป็นร้อยละ 82.10 และรับชมสัญญาณภาพ 1 จุด คิดเป็นร้อยละ 70.10 โดยสมัคร Package Gold มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.60 และมีค่าบริการรายเดือนเท่ากับ 1,568.12

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการคือ เป็นแหล่งการเรียนรู้สำหรับตนเองและครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.50 ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจสมัครสมาชิกโดยพิจารณาจากคุณภาพของช่องรายการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.10 โดยสนใจรายการภาพยนตร์ฝรั่งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.50

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่าไม่มีผู้แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 65.40 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจสมัครสมาชิกมากที่สุดคือ บิดา มารดา ญาติพี่น้อง กลุ่มสมรส คิดเป็นร้อยละ 47.30

ผู้ตอบแบบสอบถามมีเวลาเข้าชมรายการของ ยูบีซี 22-31 วันต่อเดือนมากที่สุด โดยรับชมทุกวันในรอบสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 42.60 และส่วนใหญ่รับชมช่วง เวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 59.90

ช่องทางในการสมัครเป็นสมาชิกที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี คิดเป็นร้อยละ 79.40 ซึ่งมีเหตุผลคือ อำนวยความสะดวกได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.60 ส่วนใหญ่หาข้อมูลประกอบการตัดสินใจจากการสอบถามจากพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 61.50

วิธีการที่ใช้ในการประเมินทางเลือกในการสมัครสมาชิก ยูบีซี ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่งแล้วนำมาประกอบการตัดสินใจเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 34.90 สมัครสมาชิกในราคา 8,000 บาท ขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.20 ซึ่งส่วนใหญ่มีความเห็นที่ไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 59.60 และต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องของการลดค่าติดตั้งจุดเสริมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.90

ในการรับชมรายการแต่ละครั้ง จะมีผู้รับชมร่วมกันครั้งละ 1-2 คน มากที่สุด โดยรับชมรายการประเภทภาพยนตร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.50 และส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อช่องรายการอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 58.50 และต้องการให้ปรับปรุงเรื่องความช้าซ้อนของรายการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.30

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยแนะนำให้บุคคลอื่นสมัครเป็นสมาชิก ยูบีซี คิดเป็นร้อยละ 53.30 โดยส่วนใหญ่แนะนำ 1-2 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00

### ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมีปัญหาในการใช้บริการ ยูบีซี คิดเป็นร้อยละ 91.20 โดยมีความต้องการให้ทาง ยูบีซี ปรับปรุงในด้านปัญหาของสัญญาณภาพ คิดเป็นร้อยละ 69.80

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นสมาชิก

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ผลจากการศึกษาพบว่า ตัวแปรเพศของสมาชิกที่ใช้บริการของ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ เมื่อพิจารณาตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6W's และ 1H มีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ร้อยละ 85.10 และเพศชาย ร้อยละ 79.00 เลือกใช้ชุดอุปกรณ์เข้า โดยมีจำนวนจุดรับชมสัญญาณ 1 จุด คิดเป็นร้อยละ 73.40 และ 66.50 ตามลำดับ และเพศหญิง ร้อยละ 68.00 และเพศชาย ร้อยละ 79.50 เลือกรับชม Package Gold เป็นอันดับแรก โดยเพศหญิงชำระค่าบริการ รายเดือนเดือนละ 1,568.12 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.20 และเพศชายชำระค่าบริการรายเดือนเดือนละ 1,500.71 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.60

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ร้อยละ 59.00 และเพศชาย ร้อยละ 66.80 มีการตัดสินใจสมัคร สมาชิกด้วยตนเองโดยไม่มีบุคคลอื่นแนะนำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจสมัครสมาชิกพบว่า เพศ หญิง ร้อยละ 56.90 และเพศชาย ร้อยละ 49.40 มี บิคา มารดา ญาติ คู่สมรส มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ สมัครสมาชิก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ร้อยละ 39.50 และเพศชาย ร้อยละ 50.70 รับชมรายการของ ยูบีซี 22-31 วันต่อเดือน โดยทั้งเพศหญิงและเพศชาย รับชมรายการของ ยูบีซี ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 44.20 และร้อยละ 41.00 ตามลำดับ โดยเพศหญิง ร้อยละ 54.30 และเพศชาย ร้อยละ 65.90 รับชมรายการ ยูบีซี ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น.

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ร้อยละ 80.30 และเพศชาย ร้อยละ 78.40 เลือกสมัคร สมาชิก ยูบีซี ที่ ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงและเพศชาย มีวิธีการประเมินทางเลือกในการสมัคร โดย หาข้อมูล จากหลาย ๆ แหล่งแล้วตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 38.30 และร้อยละ 32.50 ตามลำดับ เพศหญิง ร้อยละ 38.30 และเพศชาย ร้อยละ 44.30 สมัครสมาชิกในราคา 8,000 บาทขึ้นไป โดยมีความเห็นว่า ค่าสมัครยังไม่เหมาะสมกับราคา โดยเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.40 และเพศชาย ร้อยละ 63.00 และเพศหญิง ร้อยละ 36.80 และเพศชาย ร้อยละ 36.90 ต้องการให้ปรับปรุงการลดค่าติดตั้งจุด เสริม เป็นอันดับแรก เมื่อเทียบกับการลดค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ร้อยละ 46.80 และเพศชาย ร้อยละ 50.50 มีจำนวนคนในการชมรายการ 1-2 คน โดยเพศหญิงร้อยละ 36.10 เลือกรับชมรายการประเภทภาพยนตร์เป็นอันดับแรก ส่วนเพศชาย ร้อยละ 36.90 เลือกที่จะรับชมรายการประเภทกีฬาเป็นอันดับแรก ซึ่งทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับปานกลาง ร้อยละ 58.00 และ 59.30 ตามลำดับ และต้องการให้มีการปรับปรุงในเรื่องของความซ้ำซ้อนของรายการเป็นอันดับแรก โดยเพศหญิง ร้อยละ 45.30 และเพศชาย ร้อยละ 32.90

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ร้อยละ 50.50 และเพศชาย ร้อยละ 56.20 เคยแนะนำให้ผู้คลออื่นสมัครสมาชิก ยูบีซี โดยแนะนำจำนวน 1-2 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.80 และร้อยละ 45.40 ตามลำดับ

**4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนตามรายได้ต่อเดือน**

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการของ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อพิจารณาตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6W's และ 1H มีดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 80.40 และผู้มีรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 84.00 เลือกใช้อุปกรณ์ชุดเช่า และมีจำนวนจุดรับชมสัญญาณเพียง 1 จุด คิดเป็นร้อยละ 82.50 และร้อยละ 56.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.50 และผู้มีรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 83.40 เลือกรับชม Package Gold โดยชำระค่าบริการรายเดือนเท่ากับ 1,568.12 บาทต่อเดือนเป็นอันดับแรก ร้อยละ 33.30 และ 39.40 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.30 และผู้มีรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 80.60 มีการตัดสินใจสมัครสมาชิกด้วยตนเองโดยไม่มีผู้แนะนำ ซึ่งผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจสมัครสมาชิก คือ บิดา มารดา ญาติ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 55.00 และร้อยละ 52.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.40 และผู้มีรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 46.40 เลือกรับชมรายการของ ยูบีซี 22-31 วันต่อเดือน โดยพบว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท รับชมรายการในทุกวัน ส่วนผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป รับชมรายการในวันเสาร์ หรือวันอาทิตย์ และช่วงเวลาที่รับชมบ่อยที่สุดคือ 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 58.30 และร้อยละ 62.90 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.20 และผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 81.70 เลือกสมัครสมาชิกที่ ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี เป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มีวิธีการประเมินทางเลือกโดย หาข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่งแล้วตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 34.40 และร้อยละ 35.40 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 75.60 และผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45.10 สมัครสมาชิกในราคา 8,000 บาทขึ้นไป โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.80 และผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 69.10 มีความคิดเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการสมัครสมาชิกไม่เหมาะสม และต้องการให้ทาง ยูบีซี ปรับปรุงในเรื่องการลดราคา ค่าติดตั้งเสริม เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 32.30 และร้อยละ 40.50 ตามลำดับ

ในการรับชมรายการ ยูบีซี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.50 และผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 52.00 มักจะรับชมรายการคราวละ 1-2 คน โดยพบว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท เลือกชมรายการประเภทภาพยนตร์ เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 28.60 ส่วนผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป เลือกชมรายการประเภทกีฬามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.10 ทั้งนี้มีความพึงพอใจต่อรายการที่รับชมอยู่ในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.90 และผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 56.00 และต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องของความซ้ำซ้อนของรายการเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 39.10 และร้อยละ 39.40 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท และ 20,000 บาท ขึ้นไป ต่างเคยแนะนำให้บุคคลอื่นสมัครสมาชิก ยูบีซี คิดเป็นร้อยละ 51.30 และร้อยละ 55.40 ตามลำดับ โดยแนะนำให้สมัครจำนวน 1-2 คน มากที่สุด โดยส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.10 และผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 44.80

**4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**  
**จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก**

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรระยะเวลาการเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อพิจารณาตามแนวคิด 6W's และ 1H มีดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้อุปกรณ์แบบชุดเช่า โดยผู้ที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 82.10 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี คิดเป็น

ร้อยละ 80.70 และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 83.40 พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี จะเลือกใช้อุปกรณ์แบบชุดเข้ามามากที่สุดเมื่อเทียบกับผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่จะติดตั้ง 1 จุด โดยระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 86.80 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.60 และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.80 ในส่วนของ Package ช่องรายการที่ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการคือ Package Gold โดยพบว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.30 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 73.20 และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 82.80 และพบว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี จะเลือกใช้ Package Gold มากที่สุด เมื่อเทียบกับผู้ตอบแบบสอบถามอื่น ๆ โดยชำระค่าบริการรายเดือน 1,568.12 บาท เป็นอันดับแรก โดยที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.10 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.20 และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.10

ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ไม่มีผู้แนะนำให้สมัครสมาชิก โดยเลือกที่จะตัดสินใจสมัครสมาชิกด้วยตนเอง และพบว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี เลือกตัดสินใจด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 51.00 ร้อยละ 63.90 และร้อยละ 77.70 ตามลำดับ เมื่อเทียบระยะเวลาการเป็นสมาชิกพบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี เลือกที่จะตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุด

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจก่อนการสมัครสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี และระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี คือ บิดา มารดา ญาติ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 50.00 และร้อยละ 52.10 ตามลำดับ ส่วนระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี เลือกตัดสินใจด้วยตนเองโดยไม่มีผู้ใดมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 51.80 และพบว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี เลือกตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุด เมื่อเทียบกับสมาชิกอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับชมรายการของ ยูบีซี 22-31 วันในรอบหนึ่งเดือน โดยพบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.50 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.50 และ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.20 เมื่อเปรียบเทียบระยะเวลาการเป็นสมาชิกพบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี รับชมรายการของ ยูบีซี มากที่สุด และในรอบสัปดาห์พบว่า เวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปีเลือกรับชมทุกวันเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 43.40 และร้อยละ 47.50 ตามลำดับ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี เลือกรับชมในวันเสาร์หรืออาทิตย์เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 46.20 พบว่า

ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี รับชมรายการ ยูบีซี ทุกวันมากที่สุด เมื่อเทียบกับระยะเวลาการเป็นสมาชิกอื่น ๆ

สำหรับช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับชมมากที่สุดคือ 20.01-24.00 น. โดยระยะเวลาการเป็นสมาชิกละ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.30 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.90 และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.30 เมื่อเทียบกับระยะเวลาการเป็นสมาชิกพบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกละ 1 ปี เลือกรับชมในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. มากที่สุด

ในส่วนของช่องทางในการสมัครสมาชิก ส่วนใหญ่เลือกสมัครสมาชิกที่ ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี พบว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกละ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 69.80 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 75.60 และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 90.00 เมื่อเทียบกับระยะเวลาการเป็นสมาชิกพบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี เลือกสมัครสมาชิกที่ ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีประเมินทางเลือกในการสมัครสมาชิกโดยการหาข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่งแล้วตัดสินใจมากที่สุด โดยพบว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกละ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.00 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.70 และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.30 เมื่อเทียบกับระยะเวลาการเป็นสมาชิกพบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี เลือกที่จะหาข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่ง แล้วตัดสินใจมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามสมัครสมาชิกในอัตรา 8,000 บาทขึ้นไปมากที่สุด โดยพบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกละ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.80 ระยะเวลา 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.50 และระยะเวลา มากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.00 ซึ่งส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอัตราดังกล่าวไม่เหมาะสม โดยระยะเวลาการเป็นสมาชิกละ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.70 ระยะเวลาที่เป็นสมาชิก 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.70 และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.30 เมื่อเปรียบเทียบระยะเวลาการเป็นสมาชิกในแต่ละช่วงพบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกละ 1 ปี มีความเห็นว่าอัตราค่าสมัครสมาชิกไม่เหมาะสมมากที่สุด ต้องการให้ปรับลดค่าติดตั้งจุดเสริมเป็นอันดับแรก โดยระยะเวลาการเป็นสมาชิกละ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.30 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.00 และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.00 เมื่อเทียบกับระยะเวลาการเป็นสมาชิกในช่วงต่าง ๆ พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ต้องการให้ปรับลดค่าติดตั้งจุดเสริมมากที่สุด

ในการรับชมรายการแต่ละครั้งพบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกละ 1 ปี มีจำนวนสมาชิกที่รับชมรายการร่วมกันคราวละ 1-2 คน และ 3-4 คน ในอัตราเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 44.30 ระยะเวลาการ

เป็นสมาชิก 1-3 ปี และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี รับชมรายการร่วมกันคราวละ 1-2 คนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.00 และร้อยละ 53.20 ตามลำดับ เมื่อเทียบระยะเวลาการเป็นสมาชิกในช่วงเวลาต่าง ๆ พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี รับชมรายการคราวละ 1-2 คนมากที่สุด

ในด้านช่องรายการของ ยูบีซี ระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี เลือกชมภาพยนตร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.10 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี เลือกชมกีฬามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.50 และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี เลือกชมภาพยนตร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.60 ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อรายการที่รับชมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 62.30 ร้อยละ 58.00 และร้อยละ 56.10 ตามลำดับ โดยระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาการเป็นสมาชิกในช่วงเวลาต่าง ๆ ทั้งนี้ต้องการให้มีการปรับปรุงในด้านความซ้ำซ้อนของรายการคิดเป็นร้อยละ 40.70 ร้อยละ 41.30 และร้อยละ 36.70 ตามลำดับ โดยระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ต้องการให้ปรับปรุงในด้านความซ้ำซ้อนของรายการมากที่สุด เมื่อเทียบกับระยะเวลาการเป็นสมาชิกในช่วงเวลาต่าง ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ไม่เคยแนะนำบุคคลอื่นสมัครสมาชิก ยูบีซี คิดเป็นร้อยละ 57.60 ส่วนระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี เคยแนะนำบุคคลอื่นสมัครสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 50.40 และร้อยละ 64.00 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบระยะเวลาการเป็นสมาชิกในช่วงต่าง ๆ พบว่า ระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี ไม่เคยแนะนำบุคคลอื่นสมัครสมาชิกมากที่สุด ส่วนใหญ่แนะนำบุคคลอื่นสมัครสมาชิกจำนวน 1-2 พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.20 ระยะเวลา 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.20 และระยะเวลามากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.70 เมื่อเปรียบเทียบระยะเวลาการเป็นสมาชิกในช่วงเวลาต่าง ๆ พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี จะแนะนำบุคคลอื่นให้สมัครสมาชิกในจำนวน 1-2 คนมากที่สุด



## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาคำตอบ 7 ข้อ ทำให้พบว่า

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมศักดิ์ เอี่ยมพินิจกุล ที่ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายของกิจการเดเบิ้ลทีวี คือ ครอบครัวที่มีรายได้ไม่ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน อาจเป็นเพราะ สมศักดิ์ เอี่ยมพินิจกุล ได้ศึกษาถึงรายได้ของครอบครัว แต่การศึกษาในครั้งนี้เป็นรายได้ต่อคน ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่า หากเป็นรายได้ของครอบครัว จะต้องไม่ต่ำกว่า 20,000 บาท เช่นเดียวกัน

ผู้บริโภคซื้ออะไร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้อุปกรณ์แบบชุดเช่า มากกว่าชุดอุปกรณ์ซื้อขาด โดยมีจุดรับชมสัญญาณภาพ 1 จุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกชม Package Gold เป็นอันดับแรก มากกว่า Package ของช่องรายการแบบอื่น ๆ ของ ยูบีซี โดยที่ Package Gold มี 33 ช่องรายการ มีค่าบริการรายเดือน 1,568.12 บาท โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจะเลือกรับชมรายการประเภทภาพยนตร์ฝรั่งเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจะเลือกรับชมรายการประเภทกีฬามากกว่ารายการประเภทอื่น โดยที่รายการทั้งสองประเภท เป็นรายการที่ผลิตจากต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรจรรย์ เจริญธรรมพจน์ ที่ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดสัดส่วนรายการที่ผลิตจากต่างประเทศและภายในประเทศ คือ ปัจจัยจากความต้องการของลูกค้า ทำให้สัดส่วนรายการที่ผลิตจากต่างประเทศสูงถึงร้อยละ 91.1 และภายในประเทศมีเพียงร้อยละ 8.9 เท่านั้น

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ จากการศึกษาพบว่า เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ยูบีซี คือ คุณภาพของสัญญาณภาพและเสียงที่คมชัด และมีช่องรายการที่หลากหลายให้เลือกชมมากกว่า Free TV ที่มีสาระความบันเทิงที่จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เมธิ มีมุข ที่ผลการศึกษาพบว่า โทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก เกิดขึ้นเนื่องจากปัญหาการรับชมสัญญาณไม่ชัดเจน มีรูปแบบรายการที่ซ้ำและคล้ายคลึงกัน

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จากการศึกษาพบว่า ไม่มีผู้ใดแนะนำให้สมัครสมาชิก โดยตัดสินใจด้วยตนเองจากการหาข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมศักดิ์ เอี่ยมพินิจกุล ผลการศึกษาพบว่า แผนการตลาดด้านส่วนประสมการตลาด จะมุ่งเน้นเรื่องการประชาสัมพันธ์รายการ ทำให้ผู้บริโภครู้จัก ยูบีซี ให้มากที่สุด ทำให้ไม่ต้องมีผู้แนะนำผู้บริโภคให้สมัคร

ผู้บริโภครู้เมื่อใด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเวลาในการรับชมรายการของ ยูบีซี 22-31 วันในรอบ 1 เดือน โดยพบว่าผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท รับชมรายการของ ยูบีซี ทุกวัน ส่วนผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มักจะรับชมในวันเสาร์หรืออาทิตย์ มากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักรับชมรายการคราวละ 1-2 คน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เมธิมิ मुख พบว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาในการรับชมรายการของผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาแตกต่างกัน ต้องการรับชมรายการที่สนใจในเวลาที่ต้องการ

ผู้บริโภครู้ที่ไหน จากการศึกษาพบว่าช่องทางการสมัครสมาชิกที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเป็นอันดับแรกคือ สมัครสมาชิกที่ ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี โดยให้เหตุผลว่า สามารถอำนวยความสะดวกได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมศักดิ์ เอี่ยมพินิจกุล ผลการศึกษาพบว่า แผนงานการตลาด จัดช่องทางการจัดจำหน่าย โดยคำนึงถึงความสะดวกแก่ลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ คือ ติดต่อผ่านตัวแทนประจำจังหวัดในแต่ละจังหวัด ก็สามารถอำนวยความสะดวกได้ทุกอย่างทั้งในเรื่องการติดตั้ง การชำระค่าบริการ และการบริการต่าง ๆ

ผู้บริโภครู้ได้อย่างไร จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่สมัครสมาชิกในราคา 8,000 บาทขึ้นไป และให้ความเห็นในเรื่องค่าใช้จ่ายในการสมัครสมาชิกว่ามีราคาไม่เหมาะสม โดยต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องของการลดค่าติดตั้งอุปกรณ์ของจุดเสริม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สมศักดิ์ เอี่ยมพินิจกุล ด้านส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องราคา ที่ตั้งราคาสูงเพื่อสร้างภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ว่าเหนือกว่าคู่แข่ง แต่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าแพงเกินไป และต้องการให้ลดราคาลง

### 5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพสมรส มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว หรือค้าขาย และมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 1-3 ปี เลือกใช้อุปกรณ์แบบชุดเช่า รับชมสัญญาณภาพ 1 จุดโดยสมัคร Package Gold และมีค่าบริการรายเดือนเท่ากับ 1,568.12 บาท มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการส่วนใหญ่คือ เป็นแหล่งการเรียนรู้สำหรับตนเองและครอบครัว และสามารถเลือกชมรายการหลายหลายกว่าช่องทีวีทั่วไป โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคือ คุณภาพชมรายการ และพบว่าก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิก ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจรายการประเภทภาพยนตร์

และสารคดีเกี่ยวกับสัตว์โลก ในเรื่องผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเองโดยไม่มีผู้แนะนำ และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือ บุคคลในครอบครัว ได้แก่ บิดา มารดา ญาติ คู่สมรส โอกาสในการรับชมรายการ ยูบีซี คือ 22-31 วันต่อเดือน โดยรับชมทุกวัน ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น.

ช่องทางในการสมัครสมาชิก ส่วนใหญ่เลือก ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี โดยมีเหตุผลคือ อำนวยความสะดวกได้มากที่สุด ซึ่งแหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจคือ สอบถามจากพนักงานขาย และใช้วิธีการหาข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่ง แล้วนำมาประกอบการตัดสินใจ โดยสมัครสมาชิกในราคา 8,000 บาทขึ้นไป และเห็นว่าไม่เหมาะสม โดยต้องการให้ลดค่าติดตั้งจุดเสริม มักจะรับชมรายการคราวละ 1-2 คน โดยรับชมรายการประเภทภาพยนตร์ และส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องของความซ้ำซ้อนของรายการที่นำเสนอ ส่วนใหญ่เคยแนะนำบุคคลอื่นให้สมัครเป็นสมาชิก โดยแนะนำ 1-2 คน

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อจำแนกตามเพศพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเลือกชมรายการภาพยนตร์มากที่สุด ส่วนเพศชายเลือกชมรายการกีฬามากที่สุด

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่าผู้มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทรับชมรายการในทุกวัน โดยเลือกชมรายการประเภทภาพยนตร์อันดับแรก ส่วนผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป รับชมรายการในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์เท่านั้น และเลือกชมรายการประเภทกีฬามากที่สุด

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิกพบว่า ผู้ที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี และระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี มีผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจก่อนการสมัครสมาชิก คือ บิดา มารดา ญาติ คู่สมรส ส่วนผู้มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ตัดสินใจด้วยตนเอง ผู้มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี และระยะเวลามากกว่า 3 ปี เลือกรับชมทุกวัน ส่วนระยะเวลา 1-3 ปี เลือกรับชมในวันเสาร์หรืออาทิตย์ โดยผู้ที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี รับชมร่วมกัน 1-2 คน และ 3-4 คน เป็นจำนวนเท่ากัน ส่วนระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี และมากกว่า 3 ปี รับชมร่วมกัน 1-2 คน และรายการที่รับชมคือภาพยนตร์ โดยระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี เลือกเป็นอันดับแรก แต่ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี เลือกรับชมกีฬามากที่สุด ผู้ที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่ ไม่เคยแนะนำให้ผู้อื่นสมัครสมาชิก แต่ระยะเวลา 1-3 ปี และมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่เคยแนะนำบุคคลอื่นสมัครสมาชิก

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับบริษัท ยูไนเต็ด บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท เชียงใหม่สยามทีวี จำกัด (ตัวแทน ยูบีซี ประจำจังหวัดเชียงใหม่) ตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่

##### 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ยูบีซี ควรปรับปรุงเรื่องความซ้ำซ้อนของรายการ โดยมีการทบทวนผังรายการ ไม่ให้มีการฉายซ้ำกันในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน หรือในวันเดียวกันในแต่ละสัปดาห์ เช่น ในเวลา 20.00 น. ของทุกวัน หรือ วันอาทิตย์ในทุกสัปดาห์ ไม่ควรนำรายการเดิมมาฉายซ้ำ เป็นต้น

##### 2. ปัจจัยด้านราคา

ยูบีซี ควรปรับลดค่าใช้จ่ายในการติดตั้งจุดเสริม และลดค่าบริการรายเดือนลง รวมทั้งแบ่งแพ็คเกจ ให้เล็กลงอีก เพื่อให้ราคาถูกลง และตรงกับความต้องการของสมาชิกมากที่สุด เช่น มี แพ็คเกจที่สามารถเลือกช่องเองได้โดยชำระค่าสมัครของแค่ช่องที่เพิ่มขึ้น ซึ่งทาง ยูบีซี อาจจะมีการกำหนดจำนวนช่องขั้นต่ำที่สมาชิกจะต้องเลือกไว้เป็นฐานก่อน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและความเป็นไปได้ ในแง่ของต้นทุน ลิขสิทธิ์ ฯลฯ

##### 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ยูบีซี ควรจัดกิจกรรมให้สมาชิกมีการแนะนำสมาชิกใหม่อย่างต่อเนื่อง เพราะการที่สมาชิกแนะนำสมาชิกจะทำให้เกิดการตัดสินใจง่ายขึ้น และสมาชิกสามารถที่จะแนะนำสมาชิกใหม่ต่อไปได้เรื่อยๆ ในลักษณะแบบลูกโซ่

บริษัท เชียงใหม่สยามทีวี จำกัด ควรเน้นช่องทางการสมัครสมาชิกโดยเพิ่มจุดขายในอำเภอเมืองให้มากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคเลือกสมัครตาม บูธ ยูบีซี ที่ห้างสรรพสินค้ามากขึ้น หากมีการเพิ่มพื้นที่ออก บูธ ตาม โอกาสต่าง ๆ จะสามารถเพิ่มยอดติดตั้งของตัวแทน ยูบีซี จังหวัดเชียงใหม่ได้

##### 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ยูบีซี ควรมีการจัดการส่งเสริมการขายร่วมกับตัวแทน ยูบีซี ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เข้าถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่ง โปรโมชันการสมัครของ ยูบีซี ส่วนกลางบางช่วงอาจไม่น่าสนใจ ทำให้กลุ่มเป้าหมายชะลอการตัดสินใจเพื่อรอ โปรโมชันที่น่าสนใจในเดือนอื่น ๆ ถัดไป และควรมีสิทธิพิเศษให้กับสมาชิกเก่า เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์อันดี ระหว่างสมาชิกและ ยูบีซี นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมกิจกรรมให้กับสมาชิกเฉพาะกลุ่ม เช่น เพศชาย เลือกรับชมรายการประเภทกีฬามากที่สุด

อาจจะเน้นการจัดกิจกรรมประเภทกีฬาฟุตบอลให้มาก ตามสถานที่ต่าง ๆ เนื่องจากเป็นที่สนใจเพื่อเป็นการแนะนำรายการของ ยูบีซี ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

บริษัท เชียงใหม่สยามทีวี จำกัด ควรประสานงานกับ ยูบีซี ในการจัดเตรียมเอกสารที่เป็นข้อมูลของ ยูบีซี เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ รายละเอียดโปสเตอร์ โมชั่น ตามจุดรับสมัครสมาชิก หรือตามเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ในต่าง ๆ ให้เพียงพอ เนื่องจากผู้บริโภคจะหาข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่ง ประกอบการตัดสินใจสมัครสมาชิก

#### 5. ปัจจัยด้านบุคลากร

ยูบีซี ควรจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานให้ตระหนักถึงงานบริการลูกค้า มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพิ่มเดิมความรู้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับช่องรายการ และข่าวสารของ ยูบีซี เนื่องจากผู้บริโภคเลือกที่จะสอบถามข้อมูลจากพนักงานขายมากที่สุด เพราะมั่นใจในข้อมูลที่ได้รับ

บริษัท เชียงใหม่สยามทีวี จำกัด ต้องเน้นพิจารณาในเรื่องการสรรหาคนเข้าทำงาน โดยพิจารณาจากบุคลิกท่าทาง มีมารยาทและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนการตอบสนองและความเต็มใจในการให้บริการ ควรมีการฝึกอบรมพนักงานก่อนเข้าทำงาน มีการจัดฝึกอบรมตลอดเวลาที่เป็นพนักงานของบริษัท เช่น มีการไหว้สวัสดี กล่าวทักทายสวัสดี การขอบคุณ พุดจามีคำลงท้าย การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สะอาดสะอ้าน ให้เกียรติลูกค้าเสมอ ควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร และความพึงพอใจของสมาชิก รับข้อเสนอแนะจากเพื่อปรับปรุงแก้ไข พัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นระยะๆ นอกจากนั้น จัดให้มีมาตรการลงโทษเมื่อทำผิด มีการตอบแทนเมื่อทำดี ด้วยการให้รางวัลในการทำงาน เช่น มีการประกาศชมเชย พร้อมให้รางวัล แก่พนักงานดีเด่น ประจำเดือน ประจำปี และมีการจัดงานสังสรรค์ประจำปีระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน และ หรือระหว่างพนักงานด้วยกันเอง เพื่อปลุกฝังพนักงานให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกิจการ ใส่ใจในการทำงาน มีความรักและภูมิใจในองค์กรของตนเอง ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจ และเป็นกำลังใจในการทำงานให้เกิดผลดีต่อกิจการ

#### 6. ปัจจัยด้านกระบวนการ

ยูบีซี สัญญาภาพมีปัญหาบ่อย ควรหามาตรการในการแก้ไขให้เกิดขึ้นน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ และควรมีการตรวจเช็คข้อมูลจากลูกค้าเรื่องการได้รับใบแจ้งหนี้ว่าได้รับหรือไม่ ทันท่วงทีในการนำไปชำระเงินหรือไม่ เพื่อลดปัญหาการถูกตัดสัญญาณเนื่องจากไม่ได้ชำระค่าบริการ

บริษัท เชียงใหม่สยามทีวี จำกัด ควรจัดให้มีกระบวนการในการทำงานร่วมกับ ยูบีซี อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง

#### 7. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ยูบีซี คว้าชัยชนะในจุดยืนที่เป็นจุดเด่นของ ยูบีซี ได้แก่ รายการภาพยนตร์ที่เป็นลิขสิทธิ์เฉพาะจากต่างประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมมากที่สุด และมีความเป็นหนึ่งในด้านธุรกิจโทรทัศน์บอกรับสมาชิกในประเทศไทย

บริษัท เชียงใหม่สยามทีวี จำกัด ควรมีการจัดสถานที่ในการรับรองลูกค้าที่เข้ามาติดต่อสอบถามข้อมูลที่ ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี ให้เพียงพอ เป็นสัดส่วน เนื่องจากผู้บริโภคเลือกที่จะเข้ามาสมัครสมาชิกที่ ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี มากที่สุด