

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมตลาดบริการ
โทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
ในจังหวัดสมุทรสาคร

ผู้เขียน นายสุรัชย์ จันทร์จรัสวัฒนา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.รวิ

ลงกานี

ประธานกรรมการ

อาจารย์เอก

บุญเจือ

กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร วิธีการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำนวน 394 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในส่วนประสมตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน ดังนี้

ด้านบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการให้บริการ โทรศัพท์พื้นฐาน ในระดับสูงสุด และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการให้บริการแจ้งค่าโทรศัพท์ทางไกลทันทีในระดับน้อยสุด

ด้านอัตราค่าบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการ โทรศัพท์ในพื้นที่รหัสโทรศัพท์เดียวกันนาทีละ 1 บาทในระดับสูงสุด และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ออัตราค่าติดตั้งโทรศัพท์พื้นฐานราคาปกติ (3,584.50 บาท) ระดับน้อยสุด

ด้านสถานที่หรือช่องทางให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อช่องทางชำระค่าโทรศัพท์ที่ศูนย์บริการลูกค้าในระดับสูงสุด และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อช่องทางติดต่อขอติดตั้งโทรศัพท์หรือบริการต่างๆผ่านอินเทอร์เน็ตในระดับน้อยสุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการราคาถูกช่วงส่งเสริมการขาย Y-tel 1234 (0.50-2 บาท) ในระดับสูงสุด และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุในระดับน้อยสุด

ด้านคุณภาพพนักงานที่ให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อพนักงานมีความรู้ความสามารถในงานที่ตนรับผิดชอบในระดับสูงสุด และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อพนักงานมีความใส่ใจในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงในระดับน้อยสุด

ด้านหลักฐานทางกายภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อภายในศูนย์บริการลูกค้าสะอาดในระดับสูงสุด และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อที่จอดรถยานพาหนะพอเพียงในระดับน้อยสุด

ด้านขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อขั้นตอนหรือวิธีการชำระเงินค่าโทรศัพท์ที่ศูนย์บริการลูกค้าในระดับสูงสุด และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อขั้นตอนหรือวิธีการขอติดตั้งโทรศัพท์หรือบริการต่างๆผ่านอินเทอร์เน็ตในระดับน้อยสุด

Independent Study Title Customers Satisfaction Towards Basic Telephone Service Marketing Mix of TOT (Public) Company Limited in Samut Sakhon Province

Author Mr. Surachai Janjaruswattana

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Lecturer	Dr. Ravi Lonkani	Chairperson
Lecturer	Ek Bunchua	Member

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study customers satisfaction towards basic telephone service marketing mix of TOT (Public) Company Limited in Samut Sakhon Province. The samples were 394 customers in Samut Sakhon Province who used basic telephone services from TOT (Public) Company Limited. The data were collected by structured questionnaires. The collected data were analyzed by descriptive statistics, i.e. frequency, percentage and mean.

The results showed that TOT's customers in Samut Sakhon Province satisfied with the TOT basic telephone services at a moderate level of average score. The satisfaction levels in each marketing mix were as follows:

Product factors were rated on average at a moderate satisfactory level. The highest average score was the basic telephone service, and the lowest average score was the immediate long distance calls billing service.

Price factors were rated on average at a moderate satisfactory level. The highest average score was the basic telephone services call charges within the same area at one Baht per minute, and the lowest average score was the standard telephone installation fee (3584.50 Baht).

Place factors were rated on average at a moderate satisfactory level. The highest average score was the payment counter at TOT customer service centers, and the lowest average score was basic telephone services installation applications via internet.

Promotion factors were rated on average at a moderate satisfactory level. The highest average score was the low price charging fees of the Y-tel 1234 services promotion, and the lowest average score was the advertising and public relation via radio.

People factors were rated on average at a moderate satisfactory level. The highest average score was knowledge and skillful service people, and the lowest average score was empathy of service people.

Physical evidence factors were rated on average at a moderate satisfactory level. The highest average score was the cleanliness of the TOT customer service centers, and the lowest average score was the availability of the TOT parking space.

Process factors were rated on average at a moderate satisfactory level. The highest average score was the telephone bill payment processes or methods at TOT customer service centers, and the lowest average score was the installation application processes or service methods of TOT basic telephone services and other telephone services via internet.