

บทที่ 5

การสรุปผล การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้า บริษัทแอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้า บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม รวม 390 ราย ซึ่งเป็นลูกค้าที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม และเป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ที่ใช้งานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีอยู่ทั้งสิ้น 262,000 ราย โดยศึกษาความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม ใช้วิธีการสำรวจด้วยเครื่องมือแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อหาค่าทางสถิติแบบพรรณนา ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญที่ได้จากการศึกษาและทำการอภิปรายผลได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ในด้านการใช้โทรศัพท์นั้นพบว่าส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็มมาเป็นระยะเวลา 2-4 ปี และส่วนใหญ่ไม่เคยเปลี่ยนระบบเครือข่ายมาก่อน สำหรับผู้ที่เคยเปลี่ยนระบบเครือข่ายนั้นพบว่าส่วนใหญ่ใช้ระบบ DTAC ก่อนที่จะเปลี่ยนมาใช้ระบบ จี เอส เอ็ม และผู้ตอบแบบสอบถามเลือกส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจี เอส เอ็มนั้น เนื่องจากคุณภาพของเครือข่ายดี รองลงมาคือ การให้บริการของพนักงาน ความจำเป็นเนื่องจากงาน และความสะดวกในการชำระเงิน/เติมเงินตามลำดับ สำหรับระบบการเสีค่าบริการนั้นส่วนใหญ่ใช้บริการแบบเหมาจ่ายรายเดือน และเสีค่าใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน 501-1,000 บาท และพบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่บ้าน รองลงมาคือที่ทำงาน และร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ใช้ไม่เกิน 10 ครั้งต่อเดือน และค่าใช้บริการไม่เกิน 250 บาทต่อเดือน และวัตถุประสงค์ที่ใช้เพื่อค้นหาข้อมูล เป็นส่วนใหญ่ รองลงมา

คือ รับ-ส่งอีเมล (E-mail) คิวรีโหลดข้อมูล โปรแกรม บันทึกลง/ท่องเที่ยว/กีฬา เพื่อการสนทนา (Chat) รับข้อมูลข่าวสารจากสำนักข่าว มีจำนวนน้อยที่ใช้เพื่อซื้อสินค้าและบริการ ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ บริการฝากขายสินค้า และดู ดวงชะตาราศี สำหรับการให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม นั้น ส่วนใหญ่ใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน และใช้บริการประเภท Music&Ring tones

5.1.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจี เอส เอ็ม

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจี เอส เอ็ม อันเนื่องมาจากปัจจัยทางการตลาด 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 77 แสดงระดับความพึงพอใจอันดับแรกของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับแรก
เพศ	ชาย	มาก	ตรयीหือของผู้ให้บริการ
	หญิง	มาก	ตรयीหือของผู้ให้บริการ
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	มาก	ตรयीหือของผู้ให้บริการ
	21 – 30 ปี	มาก	ตรयीหือของผู้ให้บริการ
	31 – 40 ปี	มาก	ตรयीหือของผู้ให้บริการ
	มากกว่า 41 ปี	มาก	ตรयीหือของผู้ให้บริการ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	มาก	ตรयीหือของผู้ให้บริการและ
	ปริญญาตรี	มาก	ความหลายหลายของผลิตภัณฑ์
	สูงกว่าปริญญาตรี	ปานกลาง	ตรयीหือของผู้ให้บริการ

ตารางที่ 77 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		ระดับ ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ อันดับแรก
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	มาก	ตราหือของผู้ให้บริการ
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	มาก	ความยากง่ายในการใช้งาน
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	มาก	ตราหือของผู้ให้บริการ
	กิจการส่วนตัว	มาก	ตราหือของผู้ให้บริการ
รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	มาก	ตราหือของผู้ให้บริการ
	5,001 – 10,000 บาท	ปานกลาง	ตราหือของผู้ให้บริการ
	10,001 – 15,000 บาท	มาก	ตราหือของผู้ให้บริการ
	15,001 – 20,000 บาท	มาก	ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์
	มากกว่า 20,000 บาท	มาก	ตราหือของผู้ให้บริการ
ระบบการเสีย ค่าบริการ	แบบเหมาจ่ายรายเดือน	มาก	ตราหือของผู้ให้บริการ
	แบบเติมเงินวัน-ทู-คอล	มาก	ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือตราหือของผู้ให้บริการเช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือตราหือของผู้ให้บริการ เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือตราหือของผู้ให้บริการ และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือตราหือของผู้ให้บริการ เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท/ห้างร้าน และผู้ที่ประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจอันดับแรกคือตราห้อยของผู้ให้บริการ นอกจากนี้กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจอันดับแรกคือความยากง่ายในการใช้งาน

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือตราห้อยของผู้ให้บริการ สำหรับกลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้กลุ่มที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือตราห้อยของผู้ให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยผู้ที่ใช้ระบบเหมาจ่ายรายเดือน มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ ตราห้อยของผู้ให้บริการ ในขณะที่ผู้ที่ใช้ระบบเติมเงินวัน-ทู-คอล มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 78 แสดงระดับความพึงพอใจอันดับสุดท้ายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ต่อการการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับสุดท้าย
เพศ	ชาย หญิง	ปานกลาง ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
	21 – 30 ปี	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
	31 – 40 ปี	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
	มากกว่า 41 ปี	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
	ปริญญาตรี	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
	สูงกว่าปริญญาตรี	น้อย	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
	กิจการส่วนตัว	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
	5,001 – 10,000 บาท	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
	10,001 – 15,000 บาท	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
	15,001 – 20,000 บาท	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
	มากกว่า 20,000 บาท	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
ระบบการเสียบค่าบริการ	แบบเหมาจ่ายรายเดือน	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล
	แบบเติมเงินวัน-ทู-คอล	ปานกลาง	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลเช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลเช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล เช่นเดียวกัน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับน้อยต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม และผู้ที่ใช้ระบบเดิมเงินวัน-ทู-คอล มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 79 แสดงระดับความพึงพอใจอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็มจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านราคา		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับแรก
เพศ	ชาย หญิง	มาก มาก	เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	มาก	เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก
	21 – 30 ปี	มาก	การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ
	31 – 40 ปี	มาก	การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ
	มากกว่า 41 ปี	มากที่สุด	การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	มาก	เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก
	ปริญญาตรี	มาก	การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ
	สูงกว่าปริญญาตรี	มาก	เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก
อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	มาก	เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	มาก	เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ
	พนักงานบริษัท/ ห้างร้าน	มาก	เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก
	กิจการส่วนตัว		

ตารางที่ 79 (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา		ระดับ ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ อันดับแรก
รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	มาก	การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ
	5,001 – 10,000 บาท	มาก	การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ
	10,001 – 15,000 บาท	มาก	การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ
	15,001 – 20,000 บาท	มาก	การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ
	มากกว่า 20,000 บาท	มาก	การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ
ระบบการเสีย ค่าบริการ	แบบเหมาจ่ายราย เดือน	มาก	การใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้ บริการ
	แบบเติมเงินวัน-ทู- คอลล	มาก	เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยความพึงพอใจอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายคือเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก ในขณะที่ความพึงพอใจอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงคือการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก กลุ่มอายุ 21 – 30 ปี และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยความพึงพอใจในอันดับแรกคือการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ เช่นเดียวกัน นอกจากนี้กลุ่มอายุมากกว่า 41 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก

ที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยความพึงพอใจในอันดับแรกคือการใช้ อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านราคา โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มี ความพึงพอใจอันดับแรกคือเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ผู้ที่มีระดับ การศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้อง เสียค่าสมัครใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจ ในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยมีความพึงพอใจอันดับแรกคือ เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก สำหรับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจใน ระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยมีความพึงพอใจอันดับแรกคือการใช้ อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ นอกจากนี้ผู้ที่ประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยมีความพึงพอใจ อันดับแรกคือเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยความพึงพอใจ อันดับแรกคือเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก สำหรับกลุ่มที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท กลุ่มรายได้ 15,001 – 20,000 บาท และกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม มีความพึงพอใจใน ระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยผู้ที่ใช้ระบบเหมาจ่ายรายเดือน มี ความพึงพอใจอันดับแรกคือ การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้ บริการ ในขณะที่ผู้ที่ใช้ระบบเติมเงินวัน-ทู-คอล มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ เงื่อนไขการชำระ เงินที่สะดวก

ตารางที่ 80 แสดงระดับความพึงพอใจอันดับสุดท้ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบบี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านราคา		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับสุดท้าย
เพศ	ชาย	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
	หญิง	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	มาก	การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ
	21 – 30 ปี	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
	31 – 40 ปี	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
	มากกว่า 41 ปี	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	มาก	การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ
	ปริญญาตรี	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
	สูงกว่าปริญญาตรี	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
	พนักงานบริษัท/ ห้างร้าน	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
	กิจการส่วนตัว	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
	5,001 – 10,000 บาท	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
	10,001 – 15,000 บาท	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
	15,001 – 20,000 บาท	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
	มากกว่า 20,000 บาท	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
ระบบการเสียค่าบริการ	แบบเหมาจ่ายรายเดือน	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ
	แบบเติมเงินวัน-ทู-คอลล	มาก	ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยมีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม และผู้ใช้ระบบเดิมเงินวัน-ทู-คอล มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 81 แสดงระดับความพึงพอใจอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับแรก
เพศ	ชาย หญิง	มาก มาก	การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการเป็นสัดส่วน การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	มาก	การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการเป็นสัดส่วน ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย
	21 – 30 ปี	มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง
	31 – 40 ปี	มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง
	มากกว่า 41 ปี	มาก	การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการเป็นสัดส่วน
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	มาก	การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการเป็นสัดส่วน
	ปริญญาตรี	มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง
	สูงกว่าปริญญาตรี	มาก	การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการเป็นสัดส่วน
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	มาก	การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการเป็นสัดส่วน
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	มาก	ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง
	กิจการส่วนตัว	มาก	การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการเป็นสัดส่วน
รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	มาก	การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการเป็นสัดส่วน
	5,001 – 10,000 บาท	ปานกลาง	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง
	10,001 – 15,000 บาท	มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง
	15,001 – 20,000 บาท	มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง
	มากกว่า 20,000 บาท	มาก	การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการเป็นสัดส่วนและ การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง
ระบบการเสียค่าบริการ	แบบเหมาจ่ายรายเดือน	มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง
	แบบเติมเงินวัน-ทูล-คอล	มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยความพึงพอใจอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายคือการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน ในขณะที่ความพึงพอใจอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงคือการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน สำหรับกลุ่มอายุ 21 – 30 ปี และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจในอันดับแรกคือการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง เช่นเดียวกัน ในขณะที่กลุ่มอายุมากกว่า 41 ปี มีความพึงพอใจในอันดับแรกคือการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน

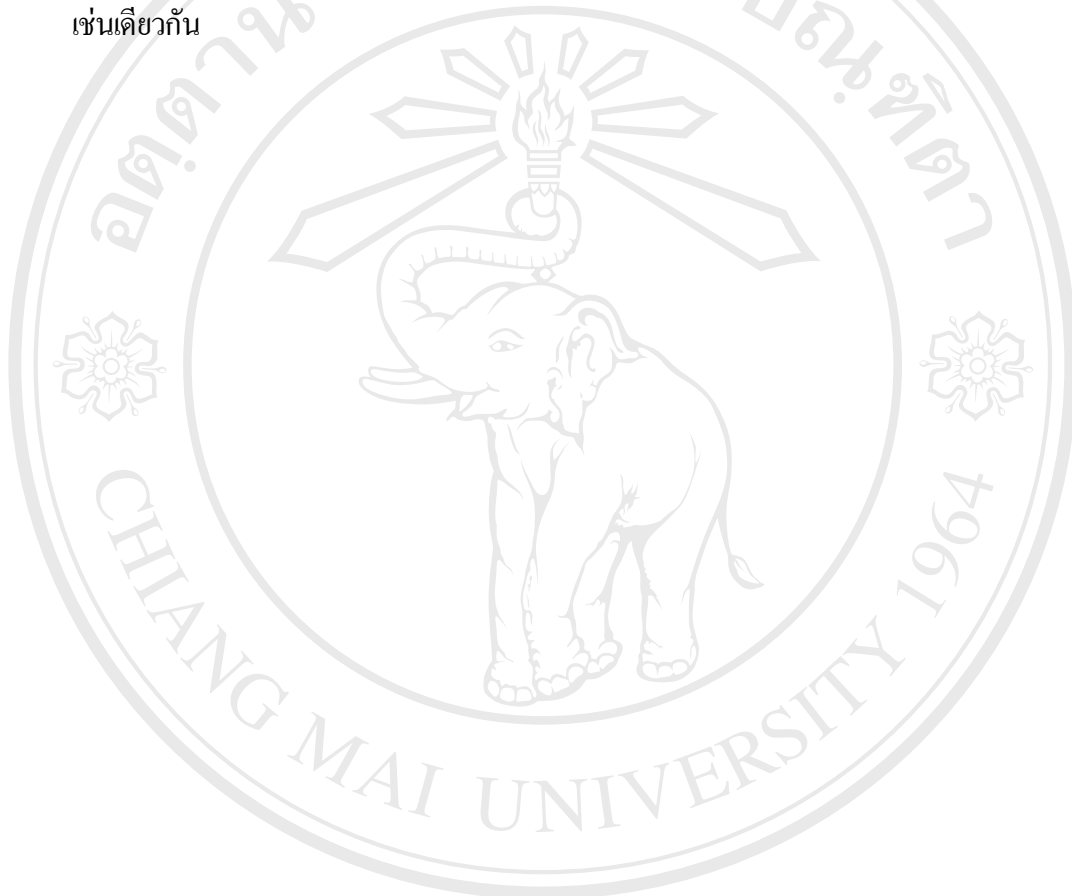
ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน และความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย สำหรับผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง ในขณะที่ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และผู้ที่ประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจอันดับแรกคือการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่นเดียวกัน สำหรับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจอันดับแรกคือความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย นอกจากนี้กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจอันดับแรกคือการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือ การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน กลุ่มที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือ การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งเช่นเดียวกัน กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือ การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วนและการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลาย นอกจากนี้กลุ่มที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความ

พึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือ การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม ระบบเหมาจ่ายรายเดือน และระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลล มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือ การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งเช่นเดียวกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 82 แสดงระดับความพึงพอใจอันดับสุดท้ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับสุดท้าย
เพศ	ชาย หญิง	มาก มาก	ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือก ติดต่อตามความสะดวก
	21 – 30 ปี	มาก	ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย
	31 – 40 ปี	มาก	ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย
	มากกว่า 41 ปี	มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือก ติดต่อตามความสะดวก
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือก ติดต่อตามความสะดวก
	ปริญญาตรี	มาก	ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย
	สูงกว่าปริญญาตรี	มาก	ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือก ติดต่อตามความสะดวก
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	มาก	การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน
	พนักงานบริษัทห้าง ร้านกิจการส่วนตัว	มาก	การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน
		มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือก ติดต่อตามความสะดวก
รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	มาก	การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือก ติดต่อตามความสะดวก
	5,001 – 10,000 บาท	ปานกลาง	การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน
	10,001 – 15,000 บาท	มาก	ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย
	15,001 – 20,000 บาท	มาก	การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน
	มากกว่า 20,000 บาท	มาก	ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย
ระบบการเสียบค่าบริการ	แบบเหมาจ่ายราย เดือนแบบเติมเงินวัน- ทู-คอล	มาก มาก	ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 41 ปี มีความพึงพอใจในอันดับสุดท้ายคือ การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อกตามความสะดวก นอกจากนี้กลุ่มอายุ 21 – 30 ปี และ 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อกตามความสะดวก นอกจากนี้ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และผู้ที่ประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อกตามความสะดวก เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท อาชีพ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อกตามความสะดวก กลุ่มที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 และ กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย เช่นเดียวกัน กลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน นอกจากนี้กลุ่มที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วนตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม ระบบเหมาจ่ายรายเดือน และระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลล มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย เช่นเดียวกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 83 แสดงระดับความพึงพอใจอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านบุคคล		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับแรก
เพศ	ชาย หญิง	มาก มากที่สุด	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	มาก	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
	21 – 30 ปี	มาก	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
	31 – 40 ปี	มาก	ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเทคโนโลยีจี พี อาร์ เอส ของพนักงาน
	มากกว่า 41 ปี	มากที่สุด	ความสามารถในการแก้ไขปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	มาก	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
	ปริญญาตรี	มากที่สุด	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
	สูงกว่าปริญญาตรี	มาก	ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเทคโนโลยีจี พี อาร์ เอส ของพนักงาน
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	มาก	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	มากที่สุด	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	มาก	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
	กิจการส่วนตัว	มากที่สุด	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	มาก	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
	5,001 – 10,000 บาท	มาก	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
	10,001 – 15,000 บาท	มาก	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
	15,001 – 20,000 บาท	มาก	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
	มากกว่า 20,000 บาท	มาก	ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเทคโนโลยีจี พี อาร์ เอส ของพนักงาน
ระบบการเสียดำเนินการ	แบบเหมาจ่ายรายเดือน	มาก	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี
	แบบเติมเงินวัน-ทู-คอล	มาก	การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือการบริการของพนักงานด้วย อรรถาศัยไมตรีดี ในขณะที่เพศหญิง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับแรกคืออันดับการบริการของพนักงานด้วยอรรถาศัยไมตรีดี

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือการบริการของพนักงานด้วยอรรถาศัยไมตรีดี เช่นเดียวกัน สำหรับกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเทคโนโลยีจี พี อาร์ เอส ของพนักงาน นอกจากนี้กลุ่มอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือความสามารถในการแก้ไขปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อย่างเป็นที่น่าสนใจของพนักงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือการบริการของพนักงานด้วยอรรถาศัยไมตรีดี ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเทคโนโลยีจี พี อาร์ เอส ของพนักงาน นอกจากนี้ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือการบริการของพนักงานด้วยอรรถาศัยไมตรีดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือการบริการของพนักงานด้วยอรรถาศัยไมตรีดี เช่นเดียวกัน ในขณะที่กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และผู้ที่ประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือการบริการของพนักงานด้วยอรรถาศัยไมตรีดี เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยกลุ่มที่มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจอันดับแรกคือการบริการของพนักงานด้วยอรรถาศัยไมตรีดี เช่นเดียวกัน ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเทคโนโลยีจี พี อาร์ เอส ของพนักงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม ระบบเหมาจ่ายรายเดือน และระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลล มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือ การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี เช่นเดียวกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 84 แสดงระดับความพึงพอใจอันดับสุดท้ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านบุคคล		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับสุดท้าย
เพศ	ชาย	มาก	ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
	หญิง	มาก	ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	มาก	ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
	21 – 30 ปี	มาก	ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการ
	31 – 40 ปี	มาก	ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
	มากกว่า 41 ปี	มาก	ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	มาก	ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
	ปริญญาตรี	มาก	ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
	สูงกว่าปริญญาตรี	มาก	ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	มาก	ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	มาก	ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการ
	พนักงานบริษัท/ ห้างร้าน	มากที่สุด	ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
	กิจการส่วนตัว		ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	มาก	ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการ
	5,001 – 10,000 บาท	มาก	ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการ
	10,001 – 15,000 บาท	มาก	ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
	15,001 – 20,000 บาท	มาก	ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
	มากกว่า 20,000 บาท	มาก	ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
ระบบการเสียบค่าบริการ	แบบเหมาจ่ายรายเดือน	มาก	ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน
	แบบเติมเงินวัน-ทูล-คอลล	มาก	ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการ

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มอายุ 21 – 30 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน เช่นเดียวกัน นอกจากนี้กลุ่มที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน สำหรับผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยมีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาการให้บริการ เช่นเดียวกัน สำหรับกลุ่มที่มีรายได้ 10,001- 15,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยมีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกระบบ มีความพึงพอใจในระดับมาก ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยผู้ที่ใช้ระบบจี เอส เอ็ม ระบบเหมาจ่ายรายเดือน มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน ในขณะที่ผู้ใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินวัน-ทู-คอล มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ความสามารถในการ แก้ไขปัญหาจากการใช้บริการ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 85 แสดงระดับความพึงพอใจอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับแรก
เพศ	ชาย หญิง	มาก มากที่สุด	ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	มาก	ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ
	21 – 30 ปี	มาก	ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ
	31 – 40 ปี	มาก	ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ
	มากกว่า 41 ปี	มาก	ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	มาก	ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ
	ปริญญาตรี	มาก มาก	ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก
	สูงกว่าปริญญาตรี		สถานที่จอดรถเพียงพอ

ตารางที่ 85 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับแรก
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	มาก	ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	มาก	ผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	มาก	ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ
	กิจการส่วนตัว	มาก	ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ
รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	มาก	ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ
	5,001 – 10,000 บาท	มาก	ผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ
	10,001 – 15,000 บาท	มาก	ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ
	15,001 – 20,000 บาท	มาก	ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ
	มากกว่า 20,000 บาท	มาก	ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ
ระบบการเสียค่าบริการ	แบบเหมาจ่ายรายเดือน	มาก	บริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ
	แบบเติมเงินวัน-ทู-คอลล	มาก	บริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ในขณะที่เพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ และผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ เช่นเดียวกัน สำหรับกลุ่มอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ในขณะที่กลุ่มอายุมากกว่า 41 ปี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ และผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือ ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือ ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจอันดับแรกคือผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ และผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ ในขณะที่กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน และผู้ประกอบการส่วนตัว มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยกลุ่มที่มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มี

ความพึงพอใจอันดับแรกคือผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ และผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ สำหรับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจอันดับแรก คือศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ นอกจากนี้กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ ผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม ระบบเหมาจ่ายรายเดือน และระบบเติมเงินวัน-ทู-คอล มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือ บริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ เช่นเดียวกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 86 แสดงระดับความพึงพอใจอันดับสุดท้ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับสุดท้าย
เพศ	ชาย หญิง	มาก มาก	ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	ปานกลาง	ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ
	21 – 30 ปี	มาก	ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ
	31 – 40 ปี	มาก	ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ
	มากกว่า 41 ปี	มาก	ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	มาก	ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ
	ปริญญาตรี	มาก	ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ
	สูงกว่าปริญญาตรี	มาก	บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	ปานกลาง	ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	มาก	ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ
	พนักงานบริษัท/ ห้างร้าน	มาก	ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก
	กิจการส่วนตัว	มาก	ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ

ตารางที่ 86 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับสุดท้าย
รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	ปานกลาง	ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ
	5,001 – 10,000 บาท	มาก	ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ
	10,001 – 15,000 บาท	มาก	บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ
	15,001 – 20,000 บาท	มากที่สุด	บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ
	มากกว่า 20,000 บาท	มาก	ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ
ระบบการเสียค่าบริการ	แบบเหมาจ่ายรายเดือน	มาก	ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ
	แบบเติมเงินวัน-ทู-คอลล	มาก	ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก

จากตารางที่ 86 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี และมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ เช่นเดียวกัน สำหรับกลุ่มอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ นอกจากนี้กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยผู้ที่ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในอันดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจในอันดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในอันดับสุดท้ายคือ บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และผู้ประกอบการส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ เช่นเดียวกัน สำหรับกลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก นอกจากนี้กลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ สำหรับกลุ่มที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ เช่นเดียวกัน สำหรับกลุ่มที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ นอกจากนี้กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกระบบ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยผู้ที่ใช้ระบบเหมาจ่าย รายเดือน มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ ในขณะที่ผู้ที่ใช้ระบบเติมเงินวัน-ทศ-คอล มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่าน ที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก

ตารางที่ 87 แสดงระดับความพึงพอใจอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านกระบวนการ		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับแรก
เพศ	ชาย	มาก	ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี
	หญิง	มาก	ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	มาก	การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชม
	21 – 30 ปี	มาก	ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี
	31 – 40 ปี	มาก	มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล
	มากกว่า 41 ปี	มาก	การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	มาก	การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชม
	ปริญญาตรี	มาก	ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี
	สูงกว่าปริญญาตรี	มาก	ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	มาก	ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	มาก	การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	มาก	การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชม
	กิจการส่วนตัว	มาก	ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี

ตารางที่ 87 (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการ		ระดับ ความ พึงพอใจ	ความพึงพอใจ อันดับแรก
รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	มาก	ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชม การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชม ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี
	5,001 – 10,000 บาท	มาก	
	10,001 – 15,000 บาท	มาก	
	15,001 – 20,000 บาท	มาก	
	มากกว่า 20,000 บาท	มาก	
ระบบการเสีย ค่าบริการ	แบบเหมาจ่ายราย เดือน	มาก	ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล
	แบบเติมเงินวัน-ทู- คอล	มาก	

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยความพึงพอใจอันดับแรกคือลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือการบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้บริการได้ตลอด 24 ชม กลุ่มอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล และกลุ่มอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวกรวดเร็ว มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือการบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ในขณะที่ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และผู้ที่ประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจอันดับแรกคือลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่นเดียวกัน กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวกรวดเร็ว มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ ในขณะที่กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยกลุ่มที่มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่นเดียวกัน สำหรับกลุ่มที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้กลุ่มที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวกรวดเร็ว มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยผู้ที่ใช้ระบบเหมาจ่ายรายเดือน มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี ในขณะที่ผู้ที่ใช้ระบบเติมเงิน วัน-ทู-กอล มีความพึงพอใจอันดับแรกคือ มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล

ตารางที่ 88 แสดงระดับความพึงพอใจอันดับสุดท้ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านกระบวนการ		ระดับความพึงพอใจ	ความพึงพอใจอันดับสุดท้าย
เพศ	ชาย	มาก	การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ
	หญิง	มาก	มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	มาก	การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว
	21 – 30 ปี	มาก	มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ
	31 – 40 ปี	มาก	มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล
	มากกว่า 41 ปี	มาก	การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	มาก	การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว
	ปริญญาตรี	มาก	มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ
	สูงกว่าปริญญาตรี	มาก	มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	มาก	มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	มาก	มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	มาก	การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ
		มาก	มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล
	กิจการส่วนตัว		

ตารางที่ 88 (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการ		ระดับ ความ พึงพอใจ	ความพึงพอใจ อันดับสุดท้าย
รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	มาก	มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ การบริการอินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ ตลอด 24 ชั่วโมง มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล
	5,001 – 10,000 บาท	มาก	
	10,001 – 15,000 บาท	มาก	
	15,001 – 20,000 บาท	มากที่สุด	
	มากกว่า 20,000 บาท	มาก	
ระบบการ เสิร์ฟบริการ	แบบเหมาจ่ายรายเดือน	มาก	มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ
	แบบเติมเงินวัน-ทู-คอล	มาก	

จากตารางที่ 88 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยเพศชาย มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ในขณะที่เพศหญิง มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ เช่นเดียวกัน ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุ 21 – 30 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ สำหรับผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล นอกจากนี้ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และผู้ที่ประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล เช่นเดียวกัน ในขณะที่พนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยมีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ ระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล สำหรับกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ เช่นเดียวกัน โดยกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล เช่นเดียวกัน กลุ่มที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ นอกจากนี้กลุ่มที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยผู้ที่ใช้ระบบเหมาจ่ายรายเดือน มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลในขณะที่ผู้ที่ใช้ระบบเติมเงินวัน-ทู-คอล มีความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือ การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ

5.1.3 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบจากการใช้บริการ

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจี เอส เอ็ม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประสบปัญหาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอันดับแรกคือด้านความล่าช้าในการรับส่งข้อความ รองลงมาคือด้านไม่สามารถทำการดาวน์โหลด โหลด โลโก้ ริง โทนและเกมส์ได้ ด้านมีความยุ่งยากในการตั้งค่าการใช้งาน ด้านการรับส่งข้อความ Email ไม่สำเร็จ ด้านขนาดพื้นที่ในการเก็บข้อมูล SMS โหลด โลโก้ ริง โทนมีจำกัด ด้านเกิดความสับสนในการใช้บริการ และอันดับสุดท้ายคือด้านการได้รับข้อความ Email ซ้ำกันเป็นจำนวนหลายครั้ง และเมื่อประสบกับปัญหาโดยปกติผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ขอคำแนะนำในการแก้ปัญหาจากบุคคลรอบข้าง ได้แก่ เพื่อน, แฟน, ครอบครัว, เพื่อนร่วมงาน, คนรู้จัก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือติดต่อศูนย์บริการ ติดต่อ Call Center หาข้อมูลด้วยตนเอง และมีส่วนน้อยที่ขอคำแนะนำในการแก้ปัญหาจากร้านมือถือทั่วไป

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้า บริษัทแอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อทุกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แสดงให้เห็นว่าผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังหรือความต้องการของลูกค้ามาก ลูกค้าจึงเกิดความพึงพอใจอย่างมาก และพบว่ามี ความสอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์ศักดิ์ ตันวิสุทธิ (2545) ในแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ดังนี้

ตารางที่ 89 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม จากผลการศึกษาครั้งนี้กับระดับความต้องการในงานวิจัยของพงษ์ศักดิ์ ต้นวิสุทธิ (2545)

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความต้องการ		ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์				
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น รายการบันเทิง กีฬา ข่าวบริการข้อมูลธุรกิจ บริการราคาสินค้า เป็นต้น	3.74	มาก	3.72	มาก
ปัจจัยด้านราคา				
ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเกจเหมาะจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB)	3.80	มาก	3.75	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย				
การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แพนกชาวย แพนกรับชำระค่าบริการ แพนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ	4.01	มาก	4.04	มาก
การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก	4.20	มาก	3.81	มาก
	4.19	มาก	3.90	มาก

ตารางที่ 89 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความต้องการ		ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด				
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง	4.07	มาก	3.77	มาก
การให้บริการหลังการขายที่ดี (มีการรับประกันตรวจสอบหรือเปลี่ยนให้ใหม่ ในกรณีที่มีข้อบกพร่อง ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้อย่างรวดเร็ว)	4.31	มากที่สุด	3.82	มาก
การส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ	3.99	มาก	3.49	มาก
ปัจจัยด้านบุคคล				
การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี	4.42	มากที่สุด	4.24	มากที่สุด
ความรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน	4.37	มากที่สุด	4.17	มาก
ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	4.37	มากที่สุด	4.11	มาก
ความสามารถในการแก้ปัญหาการให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน	4.29	มากที่สุด	4.13	มาก

ตารางที่ 89 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความต้องการ		ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ				
ทางกายภาพ				
ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ	4.36	มากที่สุด	4.00	มาก
ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์	4.27	มากที่สุด	3.95	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ	4.27	มากที่สุด	4.06	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ	4.40	มากที่สุด	4.18	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ				
การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.32	มากที่สุด	4.06	มาก
ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น	4.25	มากที่สุด	4.08	มาก
การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.27	มากที่สุด	4.06	มาก
มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล	4.35	มากที่สุด	4.02	มาก

จากตารางที่ 83 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีความต้องการในระดับมาก และมีระดับความพึงพอใจในระดับมากเช่นเดียวกัน

สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความต้องการในระดับมากที่สุดในด้าน การบริการหลังการขายที่ดี แต่มีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง และด้านการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ มีความต้องการในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านบุคคล มีความต้องการในระดับมากที่สุดในด้าน และมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้าน การบริการของพนักงานด้วยอธยาศัยไมตรีดี ในขณะที่ด้านความรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีพีอาร์เอสของพนักงาน ด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน และด้านความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงานมีความพึงพอใจในระดับมาก

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ มีความต้องการในระดับมากที่สุด แต่มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษามีข้อค้นพบที่สำคัญ โดยสรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนเคยใช้บริการอินเทอร์เน็ต โดยส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่บ้าน รองลงมาที่ทำงาน มีความถี่ในการใช้ไม่เกิน 10 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้บริการไม่เกิน 250 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อมูล รองลงมาคือ รับ-ส่งอีเมล (E-mail) และใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม 6-10 ครั้งต่อเดือน โดยใช้บริการประเภท Music&Ring tones

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจี เอส เอ็ม เนื่องจากคุณภาพของเครือข่ายดี ในขณะที่ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ ความล่าช้าในการรับส่งข้อความ สำหรับแหล่งที่ให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาอันดับแรก ได้แก่ บุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อน แฟน ครอบครัว เพื่อนร่วมงานและคนรู้จัก

ผลการศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจี เอส เอ็ม อันเนื่องมาจากปัจจัยทางการตลาด 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมในระดับมาก โดยความพึงพอใจอันดับแรก ได้แก่ ทรายี่ห้อของผู้ให้บริการ รองลงมาคือ ความยากง่าย ในการใช้งาน ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล

หากพิจารณาความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อทรายี่ห้อของผู้ให้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เป็นกลุ่มผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และกลุ่มผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยภาพรวมในระดับมาก โดยความพึงพอใจอันดับแรก ได้แก่ ด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก และด้านการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ รองลงมาคือความหลากหลายของอัตราค่าบริการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมในระดับมาก โดยความพึงพอใจอันดับแรก ได้แก่ ด้านการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือก ติดต่อตามความสะดวก รองลงมาคือด้านการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน

หากพิจารณาความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อด้านการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวกจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมในระดับมาก โดยความพึงพอใจอันดับแรก ได้แก่ ด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี รองลงมาคือด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ

ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยภาพรวมในระดับมาก โดยความพึงพอใจอันดับแรก ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี รองลงมาคือด้านความรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของพนักงาน ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยภาพรวมในระดับมาก โดยความพึงพอใจอันดับแรก ได้แก่ ด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ รองลงมาคือด้านบริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการโดยภาพรวมในระดับมาก โดยความพึงพอใจอันดับแรก ได้แก่ ด้านลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี รองลงมาคือด้านการให้บริการ ณ ศูนย์บริการมีความสะดวกรวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้า บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อพิจารณาปรับปรุงเปลี่ยนแปลง แก้ไข ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาดของธุรกิจสินค้าบริการ ซึ่งแบ่งได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ปรับปรุงระบบเพื่อเพิ่มความเร็วในการเชื่อมต่อสัญญาณ และการดาวน์โหลดข้อมูล ดังนั้นสำนักงานกลางของผู้ให้บริการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น พิจารณาเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในยุคที่ 3 หรือ 3G (Third Generation Mobile Telephone Technology) เป็นเทคโนโลยีที่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วโลกให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในยุค 3G สามารถรองรับการสื่อสารได้ทุกรูปแบบ ทั้งเสียงและข้อมูลได้พร้อมกันอย่างราบรื่น และสามารถรับส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายไร้สายได้อย่างรวดเร็ว ที่ความเร็ว 144 Kbps ถึง 2 Mbps โดยความเร็วในการรับส่งข้อมูลของเครือข่ายการสื่อสารไร้สาย 3G จะเร็วกว่า GPRS ในปัจจุบันถึง 10 เท่าตัว (ตัวอย่างของ 3G, 2548: ออนไลน์) และจากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจตราหือของผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ศึกษาเห็นควรว่าสำนักงานกลางของผู้ให้บริการและสำนักงานสาขาควรรักษาภาพพจน์ของตราหือไว้

2. ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าค่าบริการในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบคิดตามปริมาณการรับส่งข้อมูล 10 สตางค์ต่อ 1 กิโลบิตนั้นยังมีราคาแพง ดังนั้นสำนักงานกลางของผู้ให้บริการควรมีแพ็คเกจค่าบริการต่าง ๆ เพิ่มขึ้น โดยในแต่ละแพ็คเกจจะมีบริการที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งจะทำให้ราคาในแต่ละแพ็คเกจแตกต่างกันไป

3. ด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความพึงพอใจเกี่ยวกับความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย เป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้นสำนักงานกลางของผู้ให้บริการและสำนักงานสาขาควรพิจารณาปรับปรุงเป็นอันดับแรก โดยเพิ่มช่องทางในการ

นำเสนอการให้บริการแก่ลูกค้า โดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีข้อมูลเฉพาะของผลิตภัณฑ์ และบริการอย่างละเอียด ซึ่งจะสามารถนำเสนอบริการถึงลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับมากด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี จึงควรรักษาการปฏิบัติงานอย่างดีต่อไป สำหรับความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ ด้านการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ ดังนั้นสำนักงานกลางของผู้ให้บริการควรเน้นการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และสำนักงานสาขาควรสื่อสารความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

5. ด้านบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการที่ดีเป็นอันดับแรก จึงเป็นสิ่งที่พนักงานควรคงไว้ซึ่งการบริการที่ดี ส่วนความพึงพอใจเกี่ยวกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงานเป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้นสำนักงานกลางของผู้ให้บริการควรพิจารณาปรับปรุงเป็นอันดับแรก โดยจัดฝึกอบรมพนักงานในด้านทัศนคติการให้บริการอย่างประทับใจต่อลูกค้าเพื่อการบริการที่ดีอย่างต่อเนื่อง

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความพึงพอใจในระดับมากต่อทุกปัจจัย หากพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่าความพึงพอใจต่อศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์เป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้นสำนักงานกลางของผู้ให้บริการควรพิจารณาปรับปรุงเป็นอันดับแรก โดยการรักษามาตรฐานการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อการบริการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

7. ด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความพึงพอใจในระดับมากต่อทุกปัจจัย หากพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่าความพึงพอใจในระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลเป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้นสำนักงานกลางของผู้ให้บริการควรสร้างระบบและกระบวนการตรวจสอบต่อการปฏิบัติงานของสำนักงานสาขาเกี่ยวกับการบริการในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจในการให้บริการต่อลูกค้า