

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ ของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ Postpaid และระบบ Prepaid ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเคยใช้บริการเสริม การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ใช้ การคำนวณแบบ Taro Yamane โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถามและวิเคราะห์ คือ ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย รวมทั้งใช้วิธีนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางข้อมูล ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาสรุปและอภิปรายผล ตลอดจนข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการโทรศัพท์มือถือของ AIS ในระบบ Prepaid (โทรศัพท์แบบเติมเงิน) โดยกลุ่มลูกค้าระบบ Prepaid (โทรศัพท์แบบเติมเงิน) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนกลุ่มลูกค้าระบบ Postpaid (โทรศัพท์แบบจ่ายเงินรายเดือน) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ

2.1 ด้านพฤติกรรม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันเพราะคุณภาพของเครือข่ายดีโดยกลุ่มลูกค้าแบบ Postpaid และแบบ Prepaid ที่เลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันเพราะคุณภาพเครือข่ายดี ผู้

มีส่วนร่วมการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ตัวเองและใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 4 ปี โดยกลุ่มลูกค้าระบบ Prepaid (โทรศัพท์แบบเติมเงิน) ส่วนใหญ่มียอดค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 500 บาท ส่วนลูกค้าระบบ Postpaid (โทรศัพท์แบบจ่ายเงินรายเดือน) ส่วนใหญ่ มียอดค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เฉลี่ยต่อเดือน 501 – 1,500 บาท ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อ Nokia และโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้แบบหน้าจอสี สาเหตุที่เลือกใช้ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังกล่าวเพราะการใช้งานง่าย ส่วนใหญ่ใช้บริการเสริม SMS (รับ-ส่งข้อความสั้น) ต่อเดือน 1 - 10 ครั้ง และมียอดค่าใช้บริการเสริมรายเดือนไม่เกิน 50 บาท

2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการให้บริการ(3.88) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ(3.87) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(3.74) ด้านราคา(3.73) ด้านบุคลากร(3.73) และด้านลักษณะทางกายภาพ(3.65) ส่วนปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลางคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด(3.46) ตามลำดับ

2.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพบริการเสริม ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมาคือ มีความสะดวก รวดเร็ว ในการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีวิธีการใช้งานได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.91)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญกับ คุณภาพบริการเสริม ครอบคลุมทุกพื้นที่ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยอายุไม่เกิน 20 ปีและอายุ 21-44 ปี ให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการเสริม ครอบคลุมทุกพื้นที่ เป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่มี 45 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อ ความสะดวก รวดเร็ว ในการเข้าใช้บริการ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับมาก โดยผู้ที่มีการศึกษาทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญกับ คุณภาพบริการเสริมครอบคลุมทุกพื้นที่ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับมาก โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยทุกระดับ ให้ความสำคัญกับ คุณภาพบริการเสริม ครอบคลุมทุกพื้นที่ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ระบบให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับมาก โดยลูกค้าระบบ Prepaid และ ระบบ Postpaid ให้ความสำคัญกับ คุณภาพบริการเสริม ครอบคลุมทุกพื้นที่ เป็นอันดับแรก

2.2.2 ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ อัตราค่าบริการเสริมเหมาะสมกับคุณภาพของบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมา คือ ไม่มีค่าธรรมเนียมเปิดใช้บริการเสริม (ค่าเฉลี่ย 3.76) และระดับราคามีความหลากหลายตามประเภทของบริการเสริม (ค่าเฉลี่ย 3.75)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับอัตราค่าบริการเสริมเหมาะสมกับคุณภาพของบริการที่ได้รับ เป็นลำดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นอายุไม่เกิน 20 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญกับ อัตราค่าบริการเสริมเหมาะสมกับคุณภาพของบริการที่ได้รับ เป็นอันดับแรก อายุ 21-25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยไม่มีค่าธรรมเนียมเปิดใช้บริการเสริม เป็นอันดับแรก อายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับราคาแบบเหมาจ่ายรายเดือน เป็นอันดับแรก สำหรับอายุ 31-35 ปี อายุ 41-44 ปี และอายุ 45 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับระดับราคามีความหลากหลายตามประเภทของบริการเสริม เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนระดับมัธยมและระดับอนุปริญญาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยระดับมัธยมและปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพ

ของบริการที่ได้รับ เป็นอันดับแรก ระดับอนุปริญญาและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับ ราคาแบบเหมาจ่ายรายเดือน เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาทและมีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับอัตราค่าบริการเสริมเหมาะสมกับคุณภาพของบริการที่ได้รับ เป็นอันดับแรก ผู้มีรายได้ 5,001-10,000 บาทและรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับ ไม่มีค่าธรรมเนียมเปิดใช้บริการเสริม เป็นอันดับแรก ผู้มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับ ระดับราคามีความหลากหลายตามประเภทของบริการเสริม เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ระบบให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านราคาในระดับมาก โดยลูกค้าระบบ Prepaid ให้ความสำคัญกับ อัตราค่าบริการเสริมเหมาะสมกับคุณภาพของบริการที่ได้รับ เป็นอันดับแรก ส่วนระบบ Postpaid ให้ความสำคัญกับ ราคาแบบเหมาจ่ายรายเดือน เป็นอันดับแรก

2.2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการชำระค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาคือ ความสะดวกในการขอใช้บริการเสริมผ่านศูนย์ บริการและ Call Center (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีช่องทางการใช้บริการได้หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.79)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการชำระค่าบริการ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับความสะดวกในการชำระค่าบริการ เป็นอันดับแรก ยกเว้น อายุ 45ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับการมีช่องทางการใช้บริการได้หลากหลาย เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยระดับมัธยมศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการชำระค่าบริการ เป็นอันดับ

แรก และระดับอนุปริญญา ให้ความสำคัญกับความสะดวกที่มีร้านค้าตัวแทนจำหน่ายอย่างแพร่หลาย และความสะดวกในการชำระค่าบริการ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้มีรายได้ทุกช่วง ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการชำระค่าบริการ เป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับความสะดวกที่มีร้านค้าตัวแทนจำหน่ายอย่างแพร่หลาย เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ระบบให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยลูกค้าระบบ Prepaid และระบบ Postpaid ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการชำระค่าบริการ เป็นอันดับแรก

2.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.54) และบริษัทมีการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร และบริการเสริมใหม่ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญกับ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ช่วงอายุ 21-25 ปี และ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี 26-30 ปี และ 41 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับการมีโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ เป็นอันดับแรก ยกเว้น ช่วงอายุ 21-25 ปี ให้ความสำคัญกับ มีบริการให้ทดลองใช้ฟรี เป็นอันดับแรก และช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาถึงอนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่

ในระดับมาก โดยทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญกับมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ช่วงรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท – 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้มีรายได้ทุกช่วง ให้ความสำคัญกับมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ เป็นอันดับแรก ยกเว้น ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับมีบริการให้ทดลองใช้ฟรี เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามระบบ Prepaid ให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง ส่วนลูกค้าระบบ Postpaid ให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากโดยลูกค้าระบบ Prepaid และระบบ Postpaid ให้ความสำคัญกับมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ เป็นอันดับแรก

2.2.5 ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมาคือ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.84)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญกับพนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยทุกช่วงอายุผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับพนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เป็นอันดับแรก ยกเว้นช่วงอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับ พนักงานบริการรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้า เป็นอันดับแรก และอายุ 45 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มี

การศึกษาระดับอนุปริญญา ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญกับ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เป็นอันดับแรก ยกเว้นระดับอนุปริญญา ให้ระดับความสำคัญกับ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยทุกช่วงของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญกับ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เป็นอันดับแรก ยกเว้น ช่วงรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง และพนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เป็นอันดับแรก และช่วงรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับพนักงานบริการรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้า

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามระบบ Prepaid ให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านบุคลากรในระดับปานกลาง ส่วนลูกค้าระบบ Postpaid ให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยลูกค้าระบบ Prepaid ให้ความสำคัญกับ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เป็นอันดับแรก ส่วนระบบ Postpaid ให้ความสำคัญกับ พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ เป็นอันดับแรก

2.2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความถูกต้องในการคิดเงิน และขั้นตอนการแก้ไขปัญหาสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาคือ ขั้นตอนในการสมัครบริการเสริมไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.91)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกเพศให้ความสำคัญต่อบังคับด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญกับความถูกต้องในการคิดเงิน เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อบังคับด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยอายุไม่เกิน 20 ปีและอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญกับ สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี เป็นอันดับแรก ช่วงอายุ 21-25 ปี อายุ 31-35 ปี และอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับ ขั้นตอนในการสมัครบริการเสริมไม่ยุ่งยาก เป็นอันดับแรก สำหรับช่วงอายุ 41-44 ปี ให้ความสำคัญกับ ความสะดวกรวดเร็วในการ

ให้บริการ เป็นอันดับแรก และอายุ 45 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับ มีคู่มือการใช้งานบริการและขั้นตอนการแก้ไขปัญหาสะดวกและรวดเร็ว เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยระดับมัธยมให้ความสำคัญกับ ความถูกต้องในการคิดเงิน เป็นอันดับแรก ระดับอนุปริญญา ให้ความสำคัญกับ ขั้นตอนในการสมัครบริการเสริมไม่ยุ่งยากและความถูกต้องในการคิดเงิน เป็นอันดับแรก ระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ เป็นอันดับแรก และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับ สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากโดยผู้มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทและรายได้มากกว่า 20,000 บาทให้ความสำคัญกับ ความถูกต้องในการคิดเงิน เป็นอันดับแรก ผู้มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับ สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี เป็นอันดับแรก ผู้มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับ ขั้นตอนในการสมัครบริการเสริมไม่ยุ่งยาก และผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการสมัครบริการเสริมไม่ยุ่งยากและความถูกต้องในการคิดเงิน เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ระบบ ให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก โดยลูกค้าระบบ Prepaid ให้ความสำคัญกับ ความถูกต้องในการคิดเงิน เป็นอันดับแรก ส่วนระบบ Postpaid ให้ความสำคัญกับ ขั้นตอนการแก้ไขปัญหาสะดวกและรวดเร็ว เป็นอันดับแรก

2.2.7 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาคือ บรรยากาศภายในสำนักงาน เช่น การตกแต่ง ความสวยงาม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.66) และการจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.63)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกเพศให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญกับมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย เป็นอันดับแรก ยกเว้นอายุ 45 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับ การจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วนและตราสัญลักษณ์บริการเสริมคู่มือ ทันสมัย เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ยกเว้น ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับบรรยากาศภายในสำนักงาน เช่น การตกแต่ง ความสวยงาม สะอาด เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญกับมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย เป็นอันดับแรก ยกเว้น ช่วงรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับบรรยากาศภายในสำนักงาน เช่น การตกแต่ง ความสวยงาม สะอาด เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ระบบ ให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก โดยลูกค้าระบบ Prepaid ให้ความสำคัญกับ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย เป็นอันดับแรก ส่วนระบบ Postpaid ให้ความสำคัญกับ บรรยากาศภายในสำนักงานเช่น การตกแต่ง ความสวยงาม สะอาด เป็นอันดับแรก

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีปัญหาที่ประสบจากการใช้บริการเสริมบน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ค่าบริการเสริมมีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ร้อยละ 44.00 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับบริการใหม่ๆ ร้อยละ 43.25 ไม่มีส่วนลดกรณีสมัครใช้บริการ เป็นปี ร้อยละ 35.00 การใช้บริการยุ่งยาก สลับซับซ้อน ร้อยละ 32.75 ได้รับบริการเสริมไม่ตรงตามที่สมัครและไม่ตรงกับความต้องการ ร้อยละ 26.75 โทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่รองรับการให้บริการเสริม ร้อยละ 26.50 พนักงานแก้ไขปัญหาลูกค้าล่าช้า ร้อยละ 21.25 พนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก ร้อยละ 18.75 ไม่เคยได้รับการโฆษณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ร้อยละ 13.75 อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานล้ำสมัยมีปัญหาขัดข้องบ่อยๆ ร้อยละ 7.25 และอื่นๆ ร้อยละ 0.75

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล ซึ่งสามารถอธิบายผลตามแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านคุณภาพบริการเสริมครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก รองลงมาคือมีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าใช้บริการ ความสะดวกในการชำระค่าบริการ ความถูกต้องในการคิดเงิน และขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีรชาติ ชอบอริป(2547) ที่ศึกษาถึงทัศนคติที่มีต่อบริการข้อมูลและความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดียของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับอัตราค่าบริการยังคงอยู่ในระดับสูงเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้โทรศัพท์ระบบ Prepaid ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านคุณภาพบริการเสริมครอบคลุมทุกพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รติรส สัมพันธ์ (2547) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบการชำระค่าบริการล่วงหน้า ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับ ความชัดเจนของสัญญาณ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ สัญญาณเครือข่ายครอบคลุมทุกพื้นที่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับสำคัญมาก และมีความสำคัญเป็นอันดับ 2 รองจากปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ คุณภาพบริการเสริม ครอบคลุมทุกพื้นที่ และมีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีรชาติ ชอบอริป (2547) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีต่อบริการข้อมูลและความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดียของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการใช้งานในปัจจุบัน มีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รติรส สัมพันธ์(2547) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบการชำระค่าบริการล่วงหน้า ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นที่มีความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง ความชัดเจนของสัญญาณและสัญญาณเครือข่ายครอบคลุมพื้นที่

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก มีความสำคัญเป็นอันดับ 4 รองจากปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าบริการเสริมเหมาะสมกับคุณภาพของบริการที่ได้รับ ไม่มีค่าธรรมเนียมเปิดใช้บริการเสริม และระดับราคามีความหลากหลายตามประเภทการบริการเสริม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีรชาติ ขอบอริป (2547) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีต่อบริการข้อมูลและความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดียของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง อัตราค่าบริการยังคงอยู่ในระดับสูง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รติรส สัมพันธ์ (2547) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบการชำระค่าบริการล่วงหน้า ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมากคือ ค่าบริการต่อนาที (Air Time) เป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก มีความสำคัญเป็นอันดับ 6 รองจากปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการชำระค่าบริการ ความสะดวกในการขอใช้บริการเสริมผ่านศูนย์บริการ และ Call Center และช่องทางการใช้บริการได้หลากหลาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รติรส สัมพันธ์ (2547) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบการชำระค่าบริการล่วงหน้า ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมากในเรื่องจำนวนช่องทางการจำหน่ายบัตรเติมเงิน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีรชาติ ขอบอริป (2547) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีต่อบริการข้อมูลและความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดียของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่อง การใช้บริการต่างๆสามารถทำได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลางมีความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ มีการส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม และ

บริษัทมีการแจ้งข้อมูล ข่าวสารและบริการใหม่ๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รติรส สัมพันธ์(2547)) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบการชำระค่าบริการล่วงหน้า ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปัจจัยย่อยระดับมากในเรื่อง โพรโมชันที่มีให้เลือกมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีรชาติ ขอบอธิป(2547) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีต่อบริการข้อมูลและความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดียของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยให้ความสำคัญเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่างๆออกมามาก

ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก มีความสำคัญเป็นอันดับ 4 รองจากปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบบ Prepaid ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รติรส สัมพันธ์(2547)) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบการชำระค่าบริการล่วงหน้า ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปัจจัยย่อยระดับมากในเรื่อง ความรู้ความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน Call Center และพนักงานประจำศูนย์บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากและมีความสำคัญเป็นอันดับแรก ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบบ Prepaid ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องในการคิดเงิน และขั้นตอนในการสมัครบริการเสริมไม่ยุ่งยาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รติรส สัมพันธ์(2547)) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบการชำระค่าบริการล่วงหน้า ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปัจจัยย่อยระดับมากในเรื่อง ขั้นตอนและวิธีการเติมเงินรวดเร็วไม่ยุ่งยาก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก มีความสำคัญเป็นอันดับ 5 รองจากปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบบ Prepaid ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย บรรยากาศภายในสำนักงาน เช่นการตกแต่ง ความสวยงาม สะอาด การจัดสถานที่ภายในเป็น

สัปดาห์ และ ตราสัญลักษณ์ของบริการเสริมคู่มือ ทันสมัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ
รติรส สัมพันธ์(2547)) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบการชำระ
ค่าบริการล่วงหน้า ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยระดับมาก
ในเรื่อง ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ให้บริการ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบสิ่งสำคัญ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ เรียงตามลำดับ 10 อันดับแรก ได้แก่

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
1	คุณภาพบริการเสริมครอบคลุมทุกพื้นที่	4.07 ระดับมาก	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
2	มีความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการเสริม	4.00 ระดับมาก	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
3	ความสะดวกในการชำระค่าบริการ	3.99 ระดับมาก	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4	ความถูกต้องในการคิดเงิน	3.93 ระดับมาก	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ
4	ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาสะดวกและรวดเร็ว	3.93 ระดับมาก	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ
6	ขั้นตอนในการสมัครบริการเสริมไม่ยุ่งยาก	3.91 ระดับมาก	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ
6	พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	3.91 ระดับมาก	ปัจจัยด้านบุคลากร
8	ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	3.89 ระดับมาก	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ
8	สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี	3.89 ระดับมาก	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ
10	พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ	3.85 ระดับมาก	ปัจจัยด้านบุคลากร

จากตาราง พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของปัจจัยย่อยสูงที่สุดอยู่ในส่วนของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และ

บริการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร ตามลำดับ

2. เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้ในปัจจุบัน พบว่า

ลูกค้ากลุ่มระบบ Prepaid ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพบริการเสริม ครอบคลุมทุกพื้นที่ ซึ่งอยู่ในส่วนของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ สำหรับลูกค้ากลุ่มระบบ Postpaid ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยมากที่สุด ได้แก่ ขั้นตอนการแก้ไขปัญหาสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งอยู่ในส่วนของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือจำแนกตามเพศ พบว่า

ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดเหมือนกัน โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพบริการเสริม ครอบคลุมทุกพื้นที่ ความสะดวกในการชำระค่าบริการ และความถูกต้องในการคิดเงิน ตามลำดับ

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือจำแนกตามอายุ ตามระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

- โดยกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพบริการเสริม ครอบคลุมทุกพื้นที่ เป็นอันดับแรก ยกเว้น กลุ่มลูกค้าช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญกับ ความสะดวกในการชำระค่าบริการ เป็นอันดับแรก

- ส่วนกลุ่มลูกค้าระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับ พนักงานให้คำแนะนำ และคำปรึกษาอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและสามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี เป็นอันดับแรก

- กลุ่มลูกค้าช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับ ขั้นตอนในการสมัครบริการเสริมไม่ยุ่งยากและความถูกต้องในการคิดเงิน เป็นอันดับแรก

5. ปัญหาจากการใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ พบว่าเกิดจาก ค่าบริการเสริมมีราคาสูงกว่าคู่แข่ง รองลงมา ไม่มีการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับบริการใหม่ๆ และไม่มีส่วนลดกรณีสมัครใช้บริการเป็นปี

6. นอกจากนี้ จากข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ลูกค้าต้องการให้มีการทดลองใช้บริการเสริมใหม่ๆ โดยไม่มีการคิดค่าบริการ ส่วนกระบวนการเข้าใช้บริการเสริมควรมีรหัสผ่านเพื่อความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการ และควรมีมาตรการป้องกันการส่งข้อมูลข่าวสารทาง SMS จากที่อื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับความต้องการของลูกค้า

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะโดยให้ความสนใจต่อบริการที่มีผล ผู้ศึกษาได้ข้อเสนอแนะต่างๆ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ ส่วนมากให้ความสำคัญกับการประเมินส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเฉพาะด้านคุณภาพบริการเสริมครอบคลุมทุกพื้นที่ ดังนั้นบริษัทจึงควรขยายเครือข่ายในพื้นที่ที่มีประชากรอยู่หนาแน่น เช่น ตามมหาวิทยาลัย ห้างสรรพสินค้า เขตรอบนอกตัวจังหวัดและเขตอำเภอ ตำบลที่มีประชากรอยู่หนาแน่น เป็นต้น ซึ่งบริษัทควรเน้นพัฒนาและให้ความสำคัญด้านสัญญาณเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งควรพัฒนาระบบการเข้าใช้บริการเสริมให้มีความสะดวก รวดเร็ว ไม่ควรซับซ้อนและยุ่งยาก มีบริการเสริมที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกเพศ ทุกวัย ให้มากที่สุด รวมทั้งมีระบบที่สามารถบล็อกบริการเสริมที่ลูกค้าไม่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อป้องกันไม่ให้ลูกค้าเกิดความรำคาญ

ด้านราคา

ผู้ใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ ส่วนมากให้ความสำคัญกับการประเมินส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพของบริการที่ได้รับ และไม่มีค่าธรรมเนียมเปิดใช้บริการ เนื่องจาก บริการเสริมมีความหลากหลายและถือว่าเป็นนวัตกรรมทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ ดังนั้นเพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้บริโภคเข้ามาทดลองใช้บริการ ด้วยอัตราค่าบริการซึ่งเป็นต้นทุนของผู้บริโภคให้สามารถยอมรับได้ โดยชี้ให้เห็นถึงคุณประโยชน์ในด้านต่างๆจากการใช้บริการเสริม ตลอดจนคุณค่าของบริการที่ได้รับ คุณค่าในด้านความสะดวกสบายในการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น เช่น การใช้กลยุทธ์ราคา ไม่มีค่าธรรมเนียมใช้บริการ มีการให้ทดลองใช้บริการเสริมใหม่ๆ ฟรี 7-15 วัน การกำหนดราคาบริษัทควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับบริการที่ลูกค้าได้รับ รวมทั้งต้องตั้งราคาไม่ให้สูงกว่าของคู่แข่ง เพราะถ้าหากราคาสูงกว่าจะมีผลทำให้ลูกค้ายกเลิกการใช้บริการแล้วเปลี่ยนไปใช้บริการของคู่แข่งแทน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พัฒนาช่องทางในการจัดจำหน่ายให้สามารถอำนวยความสะดวกกับลูกค้าในการชำระเงิน และความสะดวกในการขอใช้บริการเสริมได้ในหลายๆช่องทาง ซึ่งจากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะดวกในการชำระค่าบริการ รองลงมาคือความสะดวก

ในการขอใช้บริการเสริมผ่านศูนย์บริการและCall Center บริษัทจึงควรมีการพัฒนาและปรับปรุง ช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น โดยเฉพาะช่องทางของศูนย์บริการและCall Center ซึ่งเป็นช่องทาง หนึ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ให้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ ส่วนมากให้ความสำคัญกับการประเมินส่วน ประสมทางการตลาดด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านมีการ โฆษณา ประชา สัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ มีบริการให้ทดลองใช้ฟรี และมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ดังนั้นบริษัทควรปรับปรุงในเรื่องของการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ โดยเฉพาะชื่อของบริการ เพื่อสร้างการรับรู้และง่ายต่อการจดจำ อันนำมาซึ่งเอกลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์ในธุรกิจ โดยเฉพาะความสำคัญในเรื่องประสิทธิภาพของสื่อ โฆษณาต่างๆ แผ่นพับ โฆษณา ที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการได้มากขึ้น จากการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงประโยชน์ของบริการเสริมต่างๆมากขึ้น

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นการใช้งานให้มากขึ้น โดยบริษัทควรมีการนำเสนอโปร โมชั่นที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ที่ต้องการใช้บริการเสริม มากขึ้น อีกทั้งบริษัทควรมีโปร โมชั่นใหม่ๆที่น่าสนใจกว่าของผู้แข่งขันนั้น ก็จะทำให้มีโอกาสที่จะ ได้ลูกค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งบริษัทควรใช้กลยุทธ์การ โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ และแผ่นพับแจกทางร้านค้า และอาจจะทำการส่งเสริมการตลาด ในลักษณะของเพื่อนแนะนำเพื่อนซื้อ พนักงานเสนอขาย บริการเสริมให้ลูกค้าหรือ มีบริการให้ทดลองใช้ฟรี 1 เดือน

ด้านบุคลากร

สำหรับด้านความรู้ความสามารถในการแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งการ แก้ไขปัญหาของพนักงานประจำศูนย์บริการ บริษัทควรให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีหน้าที่การ ให้บริการ ควรมีการพัฒนาบุคลากรโดยจัด โปรแกรมการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับให้มีความรู้ ความสามารถและความชำนาญในการแนะนำบริการเสริมต่างๆ อีกทั้งเสริมสร้างความเชื่อมั่นและ ทัศนคติที่ดีของพนักงาน ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส มี อหยาศัยที่ดีในการให้บริการ บริษัทควรจัดอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยเพื่อให้พนักงานสามารถค้นหา ข้อมูลบริการเสริมต่างๆที่ลูกค้าต้องการ ได้อย่างรวดเร็ว

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ให้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ ส่วนมากให้ความสำคัญกับการประเมิน ส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะด้าน ความถูกต้องในการคิดเงินและขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาสะดวกและรวดเร็ว ดังนั้นบริษัทควรมี

ระบบตรวจสอบการคิดค่าบริการให้มีความถูกต้องแม่นยำและผู้ใช้บริการสามารถตรวจสอบได้โดยง่าย ซึ่งลูกค้าอาจส่งข้อความเพื่อขอรายการค่าใช้จ่ายบริการผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ หรือลูกค้าสามารถตรวจสอบรายการค่าใช้จ่ายจากฐานข้อมูลออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต อีกทั้งในส่วนของการแก้ไขปัญหาของลูกค้า บริษัทควรปรับปรุงขบวนการให้รวดเร็วขึ้น โดยการให้อำนาจพนักงานที่มีหน้าที่ให้บริการลูกค้าสามารถเข้าดู ตรวจสอบและทำรายการต่างๆของลูกค้าได้ และมีอำนาจในการแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อความรวดเร็ว สะดวก และสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ

บริษัทควรรักษาคุณภาพด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท ที่คืออยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น ทั้งเรื่องสถานที่การบริการ และอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของบริษัท

5.5 ข้อจำกัดในการศึกษา

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษานี้ ส่วนมากเป็นผู้ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ 1 เครื่อง อาจทำให้ผลการศึกษานี้ไม่สามารถนำไปใช้กับกลุ่มลูกค้าที่มีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 1 เครื่อง ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าและบริการ