

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ทักษะของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ประชากรในการศึกษาคือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งระบบชำระค่าบริการล่วงหน้า (Prepaid) และชำระค่าบริการแบบเหมาจ่ายรายเดือน (Postpaid) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน) ที่ใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ซึ่งมีอยู่ประมาณ 1,200 ราย โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่มาใช้บริการจาก สำนักงานบริการสาขาเชียงใหม่ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาสรุป อภิปรายผล ตลอดจนข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษารื่อง ทักษะของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ที่มีต่อบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์

ส่วนที่ 3 ทักษะที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 4 แนวโน้มด้านพฤติกรรม

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 - 35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท /ห้างร้าน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ในระบบ Prepaid (โทรศัพท์แบบเติมเงิน) สาเหตุที่เลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันเพราะคุณภาพของเครือข่ายดี เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระหว่าง 6 - 10 ปี มียอดค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อเดือน 500 - 1,500 บาท ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อ Nokia และเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบหน้าจอสี สาเหตุที่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ยี่ห้อที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เพราะมีลูกเล่นเยอะ ส่วนใหญ่ใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ 1 - 10 ครั้งต่อเดือน และใช้บริการติดต่อสื่อสาร (เช่น Email, MSN, Skype เป็นต้น)

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจและติดตามเทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับปานกลาง โดยปกติจะรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการ สามจีเอสเอ็มแอดวานซ์จากสื่อโทรทัศน์ Web Site ข้อมูลจากบุคคลรอบข้าง (เพื่อน, ครอบครัว, คนรู้จัก) และหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ มีความรู้เกี่ยวกับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ในระดับปานกลาง รู้จักบริการส่งข้อมูลทั้งภาพ (วิดีโอ) และเสียงด้วยความเร็วสูงมากที่สุด รองลงมาคือบริการวิดีโอคอล (Video Call) และมีความสนใจปานกลางในข่าวสารเกี่ยวกับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์

ส่วนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

จากผลการศึกษาพบว่าด้านความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมในระดับเห็นด้วย โดยปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย คือ ด้านบุคลากร (4.11) ด้านลักษณะทางกายภาพ (4.06) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3.59) ด้านบุคลากร (3.56) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (3.52) ด้านกระบวนการให้บริการ (3.48) และส่วนปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ คือ ด้านราคา (3.22)

3.1 ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

พบว่าความคิดเห็นโดยรวมที่มีต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ตอบ

แบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรกดังนี้ มีความรวดเร็วในการรับส่งข้อมูล (Download) (3.85) มีความสะดวกในการใช้งานไม่ยุ่งยาก (3.69) และตัวเครื่องที่รองรับบริการมีความหลากหลาย (3.53)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับเห็นด้วย โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยกับมีความรวดเร็วในการรับ - ส่งข้อมูล (Download) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุก กลุ่มอายุมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับเห็นด้วย โดย กลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับตัวเครื่องที่รองรับบริการ มีความหลากหลาย เป็นอันดับแรก กลุ่มอายุ 21-25 ปี 26-30 ปี 31 - 35 ปี และ 36 - 40 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับมีความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล (Download) เป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มอายุมากกว่า 41 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับมีความสะดวกในการใช้งาน ไม่ยุ่งยาก เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุก กลุ่มอาชีพมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับเห็นด้วย ยกเว้น กลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมในระดับไม่แน่ใจ โดยนักเรียน /นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท/ห้างร้าน และผู้ประกอบการส่วนตัว มีระดับความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยกับมีความรวดเร็วในการรับ - ส่งข้อมูล (Download) เป็นอันดับแรก ส่วนอาชีพอื่น ๆ มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับมีความสะดวกในการใช้งาน ไม่ยุ่งยาก และมีความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล (Download) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบันพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระบบ โทรศัพท์เคลื่อนที่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับเห็นด้วย โดยทั้งระบบ Postpaid และ Prepaid มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับมีความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล (Download) เป็นอันดับแรก

3.2 ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

พบว่าความคิดเห็นโดยรวมที่มีต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับการชี้แจงค่าใช้จ่ายค่าบริการอย่างละเอียด (3.41) มีระดับ

ความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจกับสามารถเลือกอัตราค่าบริการได้ตามความต้องการ (3.37) และรูปแบบการคิดค่าบริการตามปริมาณการใช้งาน (Volume Base) มีความเหมาะสม (3.08)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านราคาในระดับไม่แน่ใจ โดยเพศชายมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับสามารถเลือกอัตราค่าบริการได้ตามความต้องการ เป็นอันดับแรก ส่วนเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจกับการชี้แจงค่าใช้จ่ายบริการอย่างละเอียด เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านราคาในระดับไม่แน่ใจ ยกเว้น กลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมในระดับเห็นด้วย โดยกลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 21 - 25 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับมีการชี้แจงค่าใช้จ่ายบริการอย่างละเอียด เป็นอันดับแรก กลุ่มอายุ 26 - 30 ปี และ 31 - 35 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจกับการชี้แจงค่าใช้จ่ายบริการอย่างละเอียด เป็นอันดับแรก กลุ่มอายุ 36 - 40 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจกับสามารถเลือกอัตราค่าบริการได้ตามความต้องการ เป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มอายุมากกว่า 41 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับสามารถเลือกอัตราค่าบริการได้ตามความต้องการ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านราคาในระดับไม่แน่ใจ โดยนักเรียน /นักศึกษาและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจกับการชี้แจงค่าใช้จ่ายบริการอย่างละเอียด เป็นอันดับแรก ส่วนพนักงานบริษัท/ห้างร้าน ผู้ประกอบกิจการส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับสามารถเลือกอัตราค่าบริการได้ตามความต้องการ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบันพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านราคาในระดับไม่แน่ใจ โดยผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Postpaid มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับมีการชี้แจงค่าใช้จ่ายบริการอย่างละเอียด เป็นอันดับแรก ส่วนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Prepaid มีระดับความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจกับการชี้แจงค่าใช้จ่ายบริการอย่างละเอียด เป็นอันดับแรก

3.3 ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัด

จำหน่าย

พบว่าความคิดเห็นโดยรวมที่มีต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วยโดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไป

หาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ มีศูนย์รับชำระค่าบริการหลายแห่ง (3.85) การติดต่อที่สำนักงานบริการ ได้รับความสะดวก รวดเร็ว (3.77) และมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ (3.66)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับเห็นด้วย โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับมีศูนย์รับชำระค่าบริการหลายแห่ง เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับเห็นด้วย ยกเว้นกลุ่มอายุ 36 - 40 ปี มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมในระดับไม่แน่ใจ โดยกลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับการติดต่อบริการผ่าน Call Center (1175) ได้รับความสะดวก รวดเร็ว เป็นอันดับแรก กลุ่มอายุ 21 - 25 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับการติดต่อบริการทาง Internet ได้รับความสะดวก รวดเร็ว เป็นอันดับแรก กลุ่มอายุ 26 - 30 ปี 31 - 35 ปี และมากกว่า 41 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับมีศูนย์รับชำระค่าบริการหลายแห่ง เป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มอายุ 36 - 40 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับการติดต่อที่สำนักงานบริการ ได้รับความสะดวก รวดเร็ว เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุก กลุ่มอาชีพมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับเห็นด้วย โดยนักเรียน /นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท/ห้างร้าน และผู้ประกอบการส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับมีศูนย์รับชำระค่าบริการหลายแห่ง เป็นอันดับแรก ส่วนอาชีพอื่น ๆ มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ การติดต่อที่สำนักงานบริการ ได้รับความสะดวก รวดเร็ว และการติดต่อบริการที่ Telewiz ได้รับความสะดวก รวดเร็ว เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบันพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับเห็นด้วย โดยทั้งผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Postpaid และ Prepaid มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับมีศูนย์รับชำระค่าบริการหลายแห่ง เป็นอันดับแรก

3.4 ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าความคิดเห็นโดยรวมที่มีต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยเรียงอันดับตามค่าเฉลี่ยจาก มากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ สามารถเลือกเปลี่ยนแพคเกจได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย (3.70) มีการลงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์อยู่สม่ำเสมอ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ (3.65) และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เช่น จัดบูธแนะนำบริการ (3.52)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับเห็นด้วย โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับสามารถเลือกเปลี่ยนแพคเกจได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับเห็นด้วย ยกเว้นกลุ่มอายุ 36 - 40 ปี มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมในระดับไม่แน่ใจ โดยกลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับมีโปรโมชันลดราคาตามช่วงเวลา หรือเทศกาลต่าง ๆ เป็นอันดับแรก กลุ่มอายุ 21 - 25 ปี 26 - 30 ปี 31 - 35 ปี และมากกว่า 41 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับสามารถเลือกเปลี่ยนแพคเกจได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มอายุ 36 - 40 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจกับสามารถเลือกเปลี่ยนแพคเกจได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และมีการลงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์อยู่สม่ำเสมอ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุก กลุ่มอาชีพมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับเห็นด้วย โดยนักเรียน /นักศึกษา พนักงานบริษัท/ห้างร้าน และอาชีพอื่น ๆ มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับสามารถเลือกเปลี่ยนแพคเกจได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เป็นอันดับแรก ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับการลงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์อยู่สม่ำเสมอ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นอันดับแรก ส่วนผู้ประกอบการส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับการลงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์อยู่สม่ำเสมอ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสามารถเลือกเปลี่ยนแพคเกจได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบันพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับเห็นด้วย โดยทั้งผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Postpaid และ

Prepaid มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับสามารถเลือกเปลี่ยนแพคเกจได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย อันดับแรก

3.5 ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ

พบว่าความคิดเห็นโดยรวมที่มีต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจาก มากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยาก (3.66) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.53) และการแก้ไขปัญหาการใช้งานมีความสะดวก รวดเร็ว (3.50)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับเห็นด้วย โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยาก เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับเห็นด้วย ยกเว้นกลุ่มอายุ 36 - 40 ปี มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมในระดับไม่แน่ใจ โดยกลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับระบบตรวจสอบปริมาณการใช้งานคงเหลือมีความแม่นยำ ถูกต้อง มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และการแก้ไขปัญหาการใช้งานมีความสะดวก รวดเร็ว เป็นอันดับแรก กลุ่มอายุ 21 - 25 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยาก และระบบตรวจสอบปริมาณการใช้งานคงเหลือมีความแม่นยำ ถูกต้อง เป็นอันดับแรก กลุ่มอายุ 26 -30 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับการแก้ไขปัญหาการใช้งานมีความสะดวก รวดเร็ว เป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มอายุ 31 - 35 ปี 36 - 40 ปี และมากกว่า 41 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยาก เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุก กลุ่มอาชีพมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับเห็นด้วย โดยนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับขั้นตอนการ เปลี่ยนแปลงโปรโมชันไม่ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน เป็นอันดับแรก ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท/ห้างร้าน และผู้ประกอบการส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยาก เป็นอันดับแรก ส่วนอาชีพอื่นๆ มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับระบบตรวจสอบปริมาณการใช้งานคงเหลือมีความแม่นยำ ถูกต้อง และมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบันพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับเห็นด้วย โดยทั้งผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Postpaid และ Prepaid มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยากเป็น เป็นอันดับแรก

3.6 ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร

พบว่าความคิดเห็นโดยรวมที่มีต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลากร ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจาก มากไปหาน้อย 3 อันดับแรกดังนี้ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (4.23) พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม (4.20) และพนักงานมีความกระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ (4.18)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านบุคลากรในระดับเห็นด้วย โดยเพศชายมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นอันดับแรก ส่วนเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านบุคลากรในระดับเห็นด้วย ยกเว้น กลุ่มอายุมากกว่า 41 ปี มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยกลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นอันดับแรก กลุ่มอายุ 21 - 25 ปี และ 26 - 30 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นอันดับแรก กลุ่มอายุ 31 - 35 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย อย่างยิ่ง กับพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม เป็นอันดับแรก กลุ่มอายุ 36 – 40 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม เป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มอายุมากกว่า 41 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับพนักงานมีความกระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านบุคลากรในระดับ เห็นด้วย โดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นอันดับแรก กลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นอันดับแรก กลุ่มพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีระดับความคิดเห็นใน

ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม เป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มผู้ประกอบกิจการส่วนตัว และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยาก เป็นอันดับแรก ส่วนอาชีพอื่น ๆ มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับพนักงานมีความกระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบันพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับเห็นด้วย โดยผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Postpaid มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นอันดับแรก ส่วนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Prepaid มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นอันดับแรก

3.7 ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ

พบว่าความคิดเห็น โดยรวมที่มีต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ด้านลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ชื่อเสียงของบริษัทน่าเชื่อถือ (4.25) มีที่นั่งพักผ่อนในระหว่างรอใช้บริการที่สะดวกสบาย (4.15) และสถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย (4.11)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับเห็นด้วย โดยเพศชายมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับชื่อเสียงของบริษัทน่าเชื่อถือ เป็นอันดับแรก ส่วนเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับชื่อเสียงของบริษัทน่าเชื่อถือ เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับเห็นด้วย ยกเว้น กลุ่มอายุมากกว่า 41 ปี มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยกลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี 26 - 30 ปี และ 31 - 35 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับชื่อเสียงของบริษัทน่าเชื่อถือ เป็นอันดับแรก กลุ่มอายุ 21 - 25 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทน่าเชื่อถือ และมีที่นั่งพักผ่อนในระหว่างรอใช้บริการที่สะดวกสบาย เป็นอันดับแรก กลุ่มอายุ 36 - 40 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับมีที่นั่งพักผ่อนในระหว่างรอใช้บริการที่สะดวกสบาย เป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มอายุมากกว่า 41 ปี มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับสถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุก กลุ่มอาชีพมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับเห็นด้วย อย่างยิ่ง ยกเว้นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มพนักงานบริษัท/ห้างร้านมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับเห็นด้วย โดย กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย อย่างยิ่งกับ มีที่นั่งพักผ่อนในระหว่างรอใช้บริการที่สะดวกสบาย เป็นอันดับแรก กลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย อย่างยิ่งกับ ชื่อเสียงของบริษัท นำเชื่อถือ เป็นอันดับแรก กลุ่มพนักงานบริษัท/ห้างร้านมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย กับ ชื่อเสียงของบริษัทนำเชื่อถือ เป็นอันดับแรก กลุ่มผู้ประกอบการส่วนตัวมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับสถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย เป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับสถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย ชื่อเสียงของบริษัทนำเชื่อถือ และมีที่นั่งพักผ่อนในระหว่างรอใช้บริการที่สะดวกสบาย เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ที่ใช้บริการในปัจจุบันพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับเห็นด้วย โดยทั้งผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Postpaid และ Prepaid มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย อย่างยิ่งกับชื่อเสียงของบริษัทนำเชื่อถือ เป็นอันดับแรก

ส่วนที่ 4 แนวโน้มด้านพฤติกรรม

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองรับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ได้ มีแนวโน้มจะใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์เพิ่มขึ้น แต่ไม่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบัน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มที่เปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ต้องการเปลี่ยนเป็นรุ่นที่สามารถรองรับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ได้ โดยมีงบประมาณในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องใหม่ 10,001 – 15,000 บาท นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ราคาค่าบริการที่คุ้มค่า คุณภาพของข้อมูลที่ดีขึ้น การส่งเสริมการขายที่เหมาะสม เช่น Package ค่าใช้บริการ ความครอบคลุมของพื้นที่บริการ ความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล (ดาวน์โหลด โลโก้ ริงโทน เกมส์ต่าง ๆ) ความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดีขึ้น ความหลากหลายของบริการที่มากขึ้น ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการของบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ความทันสมัย และเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี การบริการของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น พนักงานต้อนรับลูกค้า Call Center ความง่ายในการใช้งาน

ชื่อเสียงของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความจำเป็นเนื่องจากการทำงาน (ที่ทำงานจัดหามาให้ใช้งาน) ได้ทดลองเทคโนโลยีใหม่ ๆ การใช้งานของบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อน แฟน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน คุณภาพของเสียงที่ดีขึ้น และราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เพิ่มขึ้น

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์

จากผลการศึกษา พบว่า ปัญหาจากการใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประสบ คือ เกิดความสับสนในการเลือกใช้บริการแพคเกจ รongมาคือไม่สามารถใช้งานได้ แหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ขอคำแนะนำในการแก้ปัญหาจากการใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ คือ ศูนย์บริการของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ รongมาคือ บุคคลรอบข้าง ได้แก่ เพื่อน แฟน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และคนรู้จัก

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะการให้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงอันดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ควรมีโปรโมชั่นแบบไม่จำกัดปริมาณการใช้ (Unlimited Package) ควรมีโปรโมชั่นทดลองใช้ฟรี ควรมีจุดประชาสัมพันธ์และแนะนำบริการ โดยเฉพาะ และมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ควรมีบริการสมัครและเปลี่ยนแปลงบริการผ่านระบบตอบรับอัตโนมัติ และควรมีบริการสมัครและเปลี่ยนแปลงบริการผ่าน Internet

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ที่มีต่อบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล ซึ่งสามารถอธิบายผลตามแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

1. ด้านความเข้าใจ หรือส่วนของความเชื่อ

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจและติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับสนใจปานกลาง และมีความรู้เกี่ยวกับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ในระดับปานกลาง โดยมีความรู้และเคยรับทราบบริการ สามจีเอสเอ็มแอดวานซ์เกี่ยวกับบริการส่งข้อมูลภาพ (วีดีโอ) และเสียงด้วยความเร็วสูง รวมทั้งวีดีโอคอล (Video Call) ซึ่งเป็นบริการจุดเด่นของบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์จาก โทรศัพท์ Web Site และบุคคลรอบข้าง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเทคโนโลยี 3G ในอำเภอ

เมือง จังหวัดเชียงใหม่ (อรณิชา ชัยชาญ, 2549) ที่สรุปว่า กลุ่มผู้นำการใช้ผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยี รู้จักบริการส่งข้อมูลภาพ (วีดีโอ) และเสียงด้วยความเร็วสูง รวมทั้งวีดีโอคอนเฟอเรนซ์ (Video Conference) และ รับประทานข้อมูลเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่และเทคโนโลยีเกี่ยวกับ โทรศัพท์เคลื่อนที่จาก Web Site ส่วนของกลุ่มผู้ใช้บริการทั่วไป จะรับประทานข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์ จากบุคคลรอบข้าง (เพื่อน, ครอบครัว, คนรู้จัก) รวมทั้งมีความสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องทัศนคติ ที่มีต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ ผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (วิภาวดี ศรีชัย, 2549) ที่สรุปว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ดีกว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรู้จากแหล่งข้อมูลโทรทัศน์

2. ด้านความชอบหรือส่วนของความรู้ดีความคิดเห็น

2.1 ปัจจัยย่อยด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

จากการศึกษาความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ โดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล รองลงมาคือ มีความสะดวกในการใช้งาน ไม่ยุ่งยาก และตัวเครื่องที่รองรับบริการ มีความหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษารื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ (ชวลิต ฤทธิตานนท์, 2551) ที่สรุปว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับเห็นด้วย ได้แก่ มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าใช้บริการ และสอดคล้องกับผลการศึกษารื่อง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (วรัสนันท์ สรชาติ, 2549) ที่สรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากด้านความยากง่ายในการใช้งาน และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษารื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเทคโนโลยี 3G ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (อรณิชา ชัยชาญ, 2549) ที่สรุปว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยี 3 G ของกลุ่มผู้นำการใช้ผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีและกลุ่มผู้ใช้บริการทั่วไป มีความคิดเห็นโดยรวมในระดับไม่แน่ใจ ซึ่งอาจเกิดจากการศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ต่อเทคโนโลยี 3G ในช่วงเวลาที่ยังไม่มีบริการ 3G เกิดขึ้น ในขณะที่ผลการศึกษานี้เป็นการศึกษาภายหลังที่มีบริการ 3G แล้ว จึงทำให้ผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกัน

2.2 ปัจจัยย่อยด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีก

จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์โดยรวม อยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการชี้แจงค่าใช้จ่ายบริการอย่างละเอียด รองลงมาคือ สามารถเลือกอัตราค่าบริการได้ตามความต้องการ และรูปแบบการคิดบริการตามปริมาณการใช้งาน (Volume Base) มีความเหมาะสม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเทคโนโลยี 3G ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (อรณิชา ชัยชาญ, 2549) ที่สรุปว่าความคิดเห็น ที่มีต่อวิธีการคิดค่าบริการเสริมในระบบ 3 G โดยรวมทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก แต่ลำดับในความคิดเห็น แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้นำการใช้ผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยี มีความคิดเห็น ว่าควรเป็นแบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ ส่วนกลุ่มผู้ใช้บริการ มีความคิดเห็น ว่าควรเป็นแบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) ซึ่งอาจเกิดจากการศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเทคโนโลยี 3G ในช่วงเวลาที่ยังไม่มีบริการ 3G เกิดขึ้น ในขณะที่ผลการศึกษานี้เป็นการศึกษาภายหลังที่มีบริการ 3G แล้ว จึงทำให้ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกัน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (วรรีสนันท์ สรชาติ, 2549) ที่สรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งอาจเกิดจากการศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านเทคโนโลยี จีพีอาร์เอส ซึ่งเป็นเทคโนโลยีในยุค 2.5 G จึงทำให้ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกัน

2.3 ปัจจัยย่อยด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดช่องทางทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ โดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีศูนย์รับชำระค่าบริการหลายแห่ง รองลงมาคือ การติดต่อที่สำนักงานบริการได้รับความสะดวก รวดเร็ว และมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (วรรีสนันท์ สรชาติ, 2549) ที่สรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากด้าน การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก และสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบน

โทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ (ชวลิต ฤทธิตานนท์, 2551) ที่สรุปว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับ มาก ได้แก่ ความสะดวกในการขอใช้บริการเสริมผ่านศูนย์บริการและ Call Center และช่องทางการ ใช้บริการได้หลากหลาย

2.4 ปัจจัยย่อยด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริม การตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ โดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สามารถเลือกเปลี่ยนแพคเกจได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย รองลงมาคือ มีการลงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์อยู่เสมอ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เช่น จัดบูธแนะนำบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผล การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (วรสันันท์ สรชาติ, 2549) ที่สรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากด้าน การโฆษณา ประชาสัมพันธ์บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์ อย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบน โทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ (ชวลิต ฤทธิตานนท์, 2551) ที่สรุปว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับ มาก ได้แก่ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ และมีการส่งเสริมการ ขายเช่น ลด แลก แจก แถม

2.5 ปัจจัยย่อยด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ โดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ มีจำนวน พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และการแก้ไขปัญหาการใช้งานมีความสะดวก รวดเร็ว ซึ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของลูกค้าบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (วรสันันท์ สรชาติ, 2549) ที่สรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากด้าน การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับ ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้าของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ (ชวลิต ฤทธิตานนท์,

2551) ที่สรุปว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการแก้ไข ปัญหาสะดวกและรวดเร็ว และขั้นตอนในการสมัครบริการเสริมไม่ยุ่งยาก

2.6 ปัจจัยย่อยด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้าน บุคลากรผู้ให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ โดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วยโดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส รองลงมา คือ พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม และพนักงานมีความกระตือรือร้น เต็มใจ ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบน โทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ (ชวลิต ฤทธิตานนท์, 2551) ที่สรุปว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับ มาก ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง และสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (วรสินันท์ สรชาติ, 2549) ที่สรุปว่าผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งด้าน การให้บริการของพนักงาน ด้วยอัธยาศัยไมตรีดี และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน

2.7 ปัจจัยย่อยด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทาง กายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ โดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทที่น่าเชื่อถือ รองลงมาคือ มีที่นั่ง พักผ่อนในระหว่างรอใช้บริการที่สะดวก สบาย และสถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย ซึ่งสอดคล้อง กับผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้า บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (วรสินันท์ สร ชาติ, 2549) ที่สรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ในระดับมากด้าน บริษัทผู้ ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการ สื่อสารของประเทศ และสอดคล้องกับผล การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบน โทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ (ชวลิต ฤทธิตานนท์, 2551) ที่สรุปว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ บรรยากาศภายในสำนักงาน เช่น การตกแต่ง ความสวยงาม สะอาด

3. ด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออก

ด้านแนวโน้มการให้บริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองรับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ได้ มีแนวโน้มจะใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ เพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้ บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเทคโนโลยี 3G ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (อรณิชา ชัยชาล, 2549) ที่สรุปว่า กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ จำนวนมากที่สุด มีแนวโน้มจะใช้บริการจากเทคโนโลยี 3G

ด้านพฤติกรรมแนวโน้มการเปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเทคโนโลยี 3G ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (อรณิชา ชัยชาล, 2549) ที่สรุปว่า กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ จำนวนมากที่สุด มีแผนการ /คิดที่จะเปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน โดยต้องการเปลี่ยนเป็นรุ่นใหม่ที่สามารถใช้เทคโนโลยี 3G ซึ่งอาจเกิดจากการศึกษาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองรับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์อยู่แล้ว จึงไม่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้ บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ มากที่สุด ได้แก่ ราคาค่าบริการที่คุ้มค่า ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุด คือ ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเทคโนโลยี 3G ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (อรณิชา ชัยชาล, 2549) ที่สรุปว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้ามาใช้บริการในระบบ 3 G มากที่สุด ได้แก่ ความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล (ดาวน์โหลดโลโก้ริงโทน เกมส์ต่าง ๆ) ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุด คือ ชื่อเสียงของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์เป็นบริการใหม่ และยังไม่มีการแข่งขันด้านราคา

4. ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์

จากผลการศึกษา พบว่า ปัญหาจากการใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประสบ มากที่สุดคือ เกิดความสับสนในการเลือกใช้บริการแพคเกจ รอมมาคือไม่สามารถใช้งานได้ และแหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ขอคำแนะนำในการแก้ปัญหาจากการใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ คือ ศูนย์บริการของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเทคโนโลยี 3G ในอำเภอ

เมือง จังหวัดเชียงใหม่ (อรณิชา ชัยชาญ, 2549) ที่สรุปว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ประสบปัญหาจากการใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านมีความยุ่งยากในการตั้งค่าการใช้งาน MMS, Internet, Email และเกมส์ แหล่งที่กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการขอคำแนะนำในการแก้ปัญหาได้แก่ การติดต่อ Call Center ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบที่ใช้ ซึ่งอาจเกิดจากการที่ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความรู้และความเข้าใจในเทคโนโลยีมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังให้บริการตั้งค่าการใช้งานผ่านหลายช่องทางเช่น ระบบตอบรับอัตโนมัติ (IVR), Internet, และศูนย์บริการ เป็นต้น ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พบปัญหาดังกล่าว ส่วนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ติดต่อแก้ไขปัญหาจากการใช้งานศูนย์บริการ อาจเนื่องจากรูปแบบของบริการมีความซับซ้อนมากขึ้น การติดต่อผ่านช่องทางอื่นอาจจะไม่เกิดความชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะการให้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเสนอให้ควรมีโปรโมชันใช้แบบไม่จำกัดปริมาณการใช้ (Unlimited Package) เป็นอันดับแรก และควรมีบริการสมัครและเปลี่ยนแปลงบริการผ่าน Internet เป็นอันดับสุดท้าย

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ทำให้ค้นพบสิ่งสำคัญ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นจัดอยู่ในกลุ่มคนวัยทำงาน มีกลุ่มอายุ 31 - 35 ปี และมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท /ห้างร้าน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท มียอดค่าใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน 501 – 1,500 บาท

2) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Prepaid และสาเหตุหลักในการเลือกระบบเครือข่ายคือ คุณภาพของเครือข่ายดี รองลงมาคือพนักงานให้บริการดี

3) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อ Nokia และสาเหตุหลักในการเลือกโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือมีลูกเล่นเยอะ รองลงมาคือ ทรายี่ห้อมีความน่าเชื่อถือ

4) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ 1 - 10 ครั้งต่อเดือน ประเภทบริการที่ใช้มากที่สุดคือบริการติดต่อสื่อสาร (เช่น Email, MSN, Skype เป็นต้น) รองลงมาคือบริการ Social Network (เช่น Facebook , Twitter, Hi5 เป็นต้น)

2. ทักษะด้านความเข้าใจ หรือส่วนของความเชื่อ

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับผิดชอบต่อข้อมูลเกี่ยวกับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์จาก โทรศัพท์ รองลงมาคือ Web Site มีความรู้และเคยรับทราบสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ โดยรู้จักบริการส่งข้อมูลภาพ (วิดีโอ) และเสียงด้วยความเร็วสูง และบริการวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ (Video Conference)

3. ทักษะด้านความชอบพอ หรือส่วนของความรู้ลึก/ความคิดเห็น

3.1 ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ว่า มีความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล เป็นลำดับแรก และมีสัญญาณครอบคลุมเพียงพอเป็นลำดับสุดท้าย

3.2 ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ว่ามีการชี้แจงค่าใช้จ่ายบริการอย่างละเอียดเป็นลำดับแรก และมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสมเป็นลำดับสุดท้าย

3.3 ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ว่ามีศูนย์รับชำระค่าบริการหลายแห่งเป็นลำดับแรก และการติดต่อผ่าน Call Center (1175) ได้รับความสะดวกรวดเร็วเป็นลำดับสุดท้าย

3.4 ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ว่าสามารถเลือกเปลี่ยนแพคเกจได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเป็นลำดับแรก และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่เสมอ เช่น SMS ระบบอัตโนมัติเป็นลำดับสุดท้าย

3.5 ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ว่ามีขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยากเป็นลำดับแรก และการแก้ไขปัญหาด้านสัญญาณมีความสะดวก รวดเร็วเป็นลำดับสุดท้าย

3.6 ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบุคลากร

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ว่าพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นลำดับแรก และพนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง ไม่ผิดพลาดเป็นลำดับสุดท้าย

3.7 ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อการใช้งานบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ว่าชื่อเสียงของบริษัทน่าเชื่อถือเป็นลำดับแรก และสำนักงานบริการตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และเครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานทันสมัยเป็นลำดับสุดท้าย

4. ทักษะด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออก

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีแนวโน้มที่จะใช้ บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ในอนาคต และมีแนวโน้มที่จะใช้บริการเพิ่มขึ้น แต่ไม่มีแผนการเปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอนาคต เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ สามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ พบว่า อัตราค่าบริการที่คุ้มค่ามีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด และราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้น เป็นปัจจัยที่มีผลอันดับสุดท้าย

5. ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มักประสบปัญหาด้านเกิดความสับสนในการเลือกใช้แพคเกจมากที่สุด และค่าใช้บริการสูงผิดปกติมากที่สุด

ส่วนของข้อเสนอแนะและความคาดหวังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการมีโปรโมชันใช้แบบไม่จำกัดปริมาณการใช้งาน (Unlimited Package) เป็นอันดับแรก และมีความคาดหวังต่อบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ว่ามีสัญญาณครอบคลุมทั่วประเทศ มีความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล และมีอัตราค่าบริการถูกกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีต่อบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์สำหรับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ สำหรับผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

1) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการมีสัญญาณครอบคลุมเพียงพออยู่ในระดับไม่แน่ใจ ดังนั้นผู้ให้บริการควรมีการขยายบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ให้มีสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และยังเป็น การขยายกลุ่มผู้ใช้บริการในพื้นที่อื่น ๆ อีกด้วย

2) กระตุ้นการใช้บริการเสริมด้านข้อมูลต่าง ๆ ในปัจจุบัน เช่น Internet (WAP/GPRS) และ Email บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการ หรือในบริเวณที่บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ยังไม่ครอบคลุม ซึ่งเป็นการสร้างความรู้และความเข้าใจในการใช้บริการ Internet บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อเป็นการสร้างพื้นฐานการใช้งานให้กับผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และกระตุ้นการใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์และบริการ 3G ต่อไปในอนาคต

3) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาไม่สามารถใช้งานได้ในบางครั้ง ร้อยละ 69.67 ดังนั้นผู้ให้บริการควร พัฒนาบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ให้มีสัญญาณที่แข็งแกร่ง และมีเสถียรภาพ เพื่อเป็นการ สร้างภาพลักษณ์ การให้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ให้แข็งแกร่ง น่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจในระยะยาว

ด้านราคา

1) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นต่อควรมีแพคเกจการไม่จำกัดปริมาณการใช้งาน (Unlimited Package) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้นผู้ให้บริการควรมีแพคเกจดังกล่าว เพื่อเพิ่มปริมาณการใช้งานของผู้ใช้บริการ และส่งผลให้รายได้จากบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ของผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น

2) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังอัตราค่าบริการให้ต่ำกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน แต่เนื่องจากบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ มีการคิดค่าใช้จ่ายตามปริมาณการใช้งาน ส่งผลให้เกิดค่าใช้จ่ายมากขึ้น เมื่อเทียบกับบริการ EDGE และ GPRS ดังนั้นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรมีกลยุทธ์ ด้านราคา เช่น มีการกำหนดอัตรา เฉพาะแยกแต่ละประเภทบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกให้ตรงกับพฤติกรรมการใช้งานของตนเองได้อย่างเหมาะสม

3) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับอัตราค่าบริการมีความเหมาะสมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ดังนั้นผู้ให้บริการควรมีอัตรา ค่าบริการ ที่มีความหลากหลาย เช่น อัตราค่าบริการตามปริมาณความเร็ว เพื่อเป็นการกระตุ้นและดึงดูดให้ทดลองใช้งานและมีการใช้งานอย่างต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการติดต่อบริการผ่าน Call Center (1175) ได้รับความสะดวก รวดเร็ว อยู่ในระดับไม่แน่ใจ ดังนั้นผู้ให้บริการควรพัฒนาช่องทางการติดต่อผ่าน Call Center ให้ได้รับความสะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เช่น มี Call Center ด้านบริการ Non Voice หรือเทคโนโลยีโดยเฉพาะ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกติดต่อบริการที่ตนต้องการได้โดยตรง

2) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับควรมีบริการสมัครและเปลี่ยนแปลงบริการผ่าน Internet อยู่ในระดับเห็นด้วย ดังนั้นผู้ให้บริการควรมีบริการดังกล่าว นอกจากนี้ควรปรับปรุงบริการผ่าน Internet ให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว เช่น มี Webboard ในการแลกเปลี่ยนและสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบริการ Non Voice หรือเทคโนโลยีโดยเฉพาะเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในการให้บริการที่น่าสมัย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้งานมากยิ่งขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1) จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน และประเภทบริการที่ใช้มากเป็นลำดับแรก คือ บริการติดต่อสื่อสาร (เช่น Email, MSN, Skype เป็นต้น) ซึ่งทำให้เห็นถึงการทำงานในปัจจุบันที่จำเป็นต้องมีการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรที่จะสร้างแพคเกจ หรือแคมเปญ สำหรับบริษัท/ห้างร้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มปริมาณการใช้งานและเกิดการใช้งานอย่างต่อเนื่อง หรืออาจจะสร้างแพคเกจ หรือแคมเปญ สำหรับกลุ่มอื่น ๆ เช่น สถานศึกษา หรือมหาวิทยาลัย หน่วยงานราชการต่าง ๆ เพื่อขยายตลาดไปยังกลุ่มที่ใช้บริการน้อยหรือยังไม่เคยใช้บริการเป็นต้น

2) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความรู้เกี่ยวกับบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง และบริการที่รู้จักมากที่สุดคือบริการรับ-ส่งข้อมูลทั้งภาพ(วิดีโอ) และเสียงด้วยความเร็วสูง ดังนั้นบริษัทควรแนะนำประชาสัมพันธ์บริการอื่น ๆ เช่น บริการวิดีโอคอล (Video Call) ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ หรือ Web Site ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับทราบบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์มากที่สุด เพื่อเป็นการสร้างพื้นฐานการใช้งานให้กับผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และกระตุ้นการให้บริการต่อไปในอนาคต

3) จากการศึกษาพบว่า กลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีระดับความคิดเห็นต่อการมีโปรโมชั่นลดราคาตามช่วงเวลา หรือเทศกาลต่าง ๆ ในระดับไม่แน่ใจ ดังนั้นจึงควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มดังกล่าว โดยอาจจะใช้การประชาสัมพันธ์ผ่าน Web Site ของบริษัท หรือ Web Site ของหน่วยงานนั้น ๆ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับทราบบริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์มากที่สุด เพื่อเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มดังกล่าวเกิดการใช้งานที่เพิ่มขึ้น

ด้านกระบวนการให้บริการ

- 1) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาไม่สามารถเปลี่ยนแปลง หรือต่อบริการได้ ร้อยละ 42.33 ดังนั้นผู้ให้บริการควรปรับปรุงวิธีการสมัครใช้บริการ รวมถึงขั้นตอนในการเปลี่ยนแปลงโปรโมชันให้สะดวก ง่าย ไม่ยุ่งยาก เช่นสามารถเปลี่ยนแปลงโปรโมชันได้เองผ่านเมนูบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือระบบตอบรับอัตโนมัติ นอกจากนี้ควรปรับปรุงระบบตอบรับอัตโนมัติในการติดต่อบริการให้เกิดความกระชับ ใช้ภาษาเข้าใจง่าย และรวดเร็วในการเข้าถึงบริการที่ต้องการมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้ลูกค้าได้รับความรวดเร็ว และเกิดความพึงพอใจในการรับบริการ
- 2) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาค่าใช้บริการสูงผิดปกติ ดังนั้นผู้ให้บริการ ควรพัฒนาระบบตรวจสอบปริมาณการใช้งานคงเหลือให้มีความความแม่นยำ ถูกต้องมากขึ้น และมีระบบแจ้งเตือนเมื่อใช้งานเกินกำหนด หรือมีระบบป้องกันกรณีมีการใช้บริการสูงผิดปกติ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

ด้านบุคลากร

- 1) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย แต่ในปัจจุบันย่อยการให้บริการของพนักงานให้รวดเร็ว ถูกต้อง และไม่เกิดข้อผิดพลาด มีระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นผู้ให้บริการควรปรับปรุงการให้บริการของพนักงานให้รวดเร็ว ถูกต้องและไม่เกิดข้อผิดพลาด เช่น มีการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีบนโทรศัพท์มือถือ IT และ Computer เพื่อให้พนักงานเกิดทักษะและความชำนาญในการแก้ไขปัญหาจากการใช้งานของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการลดข้อร้องเรียนซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการเพิ่มขึ้น

ด้านลักษณะทางกายภาพ

- 1) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย แต่ในปัจจุบันย่อย สำนักงานบริการตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และเครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานทันสมัย มีระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ควรมีการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพของการให้บริการเช่น การตกแต่งสถานที่ อุปกรณ์สำนักงาน และเครื่องแบบของพนักงานให้มีความทันสมัย เป็นต้น เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร
- 2) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะควรมีจุดประชาสัมพันธ์และแนะนำบริการ โดยเฉพาะอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้นผู้ให้บริการควรมีจุดบริการด้านเทคโนโลยีโดยเฉพาะ เพื่อแนะนำและประชาสัมพันธ์บริการ หรือมีบริการทดลองใช้ฟรี ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการรู้จักและเข้าใจบริการมากยิ่งขึ้น และเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้งานใน

อนาคต รวมทั้งมีจุดแก้ไขปัญหาทางด้านสัญญา หรือปัญหาจากการใช้งาน โดยเฉพาะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้งาน

5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ สามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอื่น ๆ ที่เปิดให้บริการ นอกเหนือจาก อ. เมือง เชียงใหม่ เนื่องจากจะทำให้ได้ภาพรวมที่กว้างขึ้นของทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในพื้นที่ที่แตกต่างกัน
2. ควรจะมีการศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมจากการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง บนโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือบริการสามจีของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่นที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อันจะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งการวางกลยุทธ์การตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด
3. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้ทำการ Pre-Test ดังนั้นอาจจะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจ หรือเกิดความสับสนในการตอบแบบสอบถาม ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรทำ Pre-Test เพื่อให้ได้ผลการศึกษาคงที่ยิ่งขึ้น
4. ควรจะมีการศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสามจีเอสเอ็มแอดวานซ์ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เจาะลึกในแต่ละกลุ่มผู้ให้บริการเช่น กลุ่มอายุกลุ่มอาชีพ กลุ่มระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบริการและออกแบบโปรโมชัน หรือแพคเกจที่เหมาะสม และตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มมากที่สุด