

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS INFLUENCE TO SELECTING MOBILE PHONE SERVICE

IN BANGKOK PROVINCE

¹⁾บุญเยี่ยม บุญมี ²⁾ดร.ชโล วงศ์แสง ²⁾พศ.ดร.อรสา โกศลนันท์กุล

¹⁾ Boonyiam Boonmee ²⁾ Dr.Chalo Wongsawang ²⁾ Asst. Prof. Dr.Orasa Kosalanantakul

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผลการวัดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคส-แควร์

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพรวมและด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผู้มีส่วนร่วมหรือพนักงาน ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพรวมและด้านอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านเพศและระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพรวมและด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ด้านราคา ด้านขั้นตอนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผู้มีส่วนร่วมหรือพนักงาน ด้านการสร้างและ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กัน

¹⁾ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์

²⁾ อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์

ABSTRACT

The purpose of this research was to study factors influence to selecting mobile phone service in Bangkok Province. Samples of this study consisted of 400 respondents. Questionnaires on deciding have reliability level of 0.88. Statistics used in analyzing data were percentage, mean, standard deviation (S.D.) and chi-square.

The finding were as follows :

1. The important level of marketing mixed service factors to selecting mobile phone service in Bangkok Province as a whole and the aspects of product or service, price, place, promotion, people, process physical evidence and presentation were high level.

2. Relationship analysis between personal factors to selecting mobile phone service in Bangkok Province found that as a whole and the aspects of age, civil status, occupation and income had significant relationship at .05 level while gender and the educational attainment had non significant relationship.

3. Relationship analysis between important of marketing mixed service factors to selecting mobile phone service in Bangkok Province found that as a whole and the aspect of product or service, price and process had significant relationship at .05 level while place, promotion, people, physical evidence and presentation had non significant relationship.

ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยนั้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 เมื่อองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท) และการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท) ได้ริเริ่มกิจการวิทยุโทรศัพท์ระบบเซลลูลาร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาความขาดแคลนคู่สายโทรศัพท์และเลขหมายโทรศัพท์ และมุ่งหวังที่จะขยายขอบเขตการให้บริการอย่างเพียงพอ นั้น ผลที่ออกมากลับไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากปัญหาด้านการใช้งาน เช่น คุณภาพของเครื่องแต่ละยี่ห้อ ความสำเร็จของเครื่องทำให้ใช้งานไม่สะดวก คุณภาพของสัญญาณทำให้การติดต่อขาดช่วง ปัญหาด้านช่องสัญญาณไม่เพียงพอ รวมไปถึงปัญหาการประสานงานระหว่าง ทศท และ กสท ปัญหาด้านการให้บริการที่ไม่เพียงพอกับความต้องการของประชาชน ทำให้รัฐต้องแปรรูปให้เอกชน เข้ามาช่วยจัดการบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยวิธีการเปิดให้สัมปทาน ทั้งนี้ได้เล็งเห็นว่า บริษัทเอกชนมีศักยภาพเหนือกว่าองค์กรภาครัฐอยู่มาก ทั้งในแง่ของเทคโนโลยีความสามารถในการจัดการองค์กรรวมไปถึงประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจที่มากกว่า ภาครัฐจึงมีการเปิดให้สัมปทาน โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2533

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ที่การริเริ่มนำโทรศัพท์เคลื่อนที่มาใช้ในประเทศไทย โดยบริษัท แอดวานซ์ อินโฟ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) จนถึงปัจจุบัน พ.ศ. 2548 โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้กลายเป็นอุปกรณ์สื่อสารที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในทุกเพศ ทุกวัย และแทบทุกครัวเรือน ซึ่งอาจเป็นเพราะ โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ถูกจุดในยุคสมัยที่การสื่อสารและข้อมูลข่าวสารมีบทบาทสำคัญที่สุด อีกทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีราคาไม่แพงนัก พอที่จะสามารถซื้อหาได้ นั่นจึงทำให้อุปกรณ์สื่อสารชนิดนี้ กลายเป็นเสมือนปัจจัยที่เพิ่มขึ้นมาอีกหนึ่งในชีวิตประจำวัน

ปัจจุบันนี้ได้มีบริษัทเอกชนเข้ามาดำเนินกิจการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย มีจำนวนถึง 5 รายใหญ่ ซึ่งได้แก่ ผู้ให้บริการ AIS, DTAC, True Move, I - Mobile, Hutch การเจริญเติบโตของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 จนถึงปัจจุบันปี พ.ศ. 2548 นั้น มีจำนวนมากขึ้นจากมีผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด 1,975,700 ราย ซึ่งเพิ่มจำนวนมาเรื่อยๆ ขณะนี้มีผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดถึง 30,300,000 ราย

จากแนวโน้มการเติบโตของตลาดที่ดีและยังคงมีความสามารถในการขยายตัวอีก ทำให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรายนั้นมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มขึ้น บริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างทุ่มเททรัพยากรที่มีในด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของตนและมีการนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้แทบจะครบทุกด้าน ตั้งแต่ตัวผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งมีให้เลือกหลากหลาย ทั้งเครื่องลูกข่ายและผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ มีการบริการหลังการขายที่ดี ด้านราคา (Price) ก็ได้ลดลงอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดในภาพรวม มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เพิ่มขึ้น รวมไปถึงการทุ่มเงินจำนวนมากไปในการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การให้พนักงานทุกคนมีบทบาทในการให้บริการแก่ลูกค้า (People) การนำขั้นตอนที่เหมาะสมกับการให้บริการ (Process) การทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพของการบริการ (Physical evidence and Presentation) สิ่งเหล่านี้นอกจากจะสะท้อนให้เห็นถึงระดับการแข่งขันที่รุนแรงแล้ว ในอีกแง่มุมหนึ่งยังสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของอุปสงค์ที่มีอัตราการเติบโตที่ดีอีกด้วย ในอนาคตผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีสิทธิที่จะเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่กันมากขึ้น ผู้บริโภคหรือผู้ให้บริการก็จะมาเลือกผู้ให้บริการที่ประทับใจหรือให้บริการที่ดีที่สุด ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ

บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

โจทย์วิจัย/ปัญหา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสำคัญในระดับใด และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ กับการเลือกผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กันหรือไม่อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ กับการเลือกผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร คือ บุคคลทั่วไปที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เลือกใช้บริการจากบริษัท 3 บริษัท คือ บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
2. กลุ่มตัวอย่าง
 - 2.1 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ ได้มาจากสูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane อ้างในประคอง วรรณสูตร, 2542: 10) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน
 - 2.2 การสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic) โดยสุ่มตัวอย่างทุกๆ คนที่ 3 มาใช้บริการของบริษัทที่ให้บริการ

ผลการวิจัย

1. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพรวมและด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผู้มีส่วนร่วมหรือพนักงาน ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก
2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพรวม และด้านอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านเพศและระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพและด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ด้านราคา ด้านขั้นตอนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผู้มีส่วนร่วมหรือพนักงาน ด้านการสร้างและ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

อภิปรายผล

1. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพรวมและด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผู้มีส่วนร่วมหรือพนักงาน ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก อาจเนื่องจาก ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากที่สุด ในข้อพนักงานผู้ให้บริการสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย รองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ในข้อความคมชัดของเสียงที่ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิสรุต ปรัตถกร (2543) ที่ได้ศึกษาทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ดิจิทัล จี เอสเอ็ม ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็มของผู้ให้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมของการให้บริการอยู่ในระดับดี และเมื่อเรียงลำดับทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านต่าง ๆ ปรากฏว่าด้านประสิทธิภาพของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ในระดับดีที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านสถานที่สำนักงานบริการ ด้านส่งเสริมการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านบริการเสริมและบริการเสริมพิเศษของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการชำระค่าบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และด้านศูนย์บริการซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพรวมและด้านอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านเพศ และระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กัน

2.1 ด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 18 – 25 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่ต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีและสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อก้าวให้ทันกระแสโลก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิภาศิริ แดงพัด (2546) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการใช้โทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษารูปได้ว่าลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 26-35 ปี แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของวิสรุต ปรัตถกร (2543) ได้ศึกษาทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ดิจิทัล จี เอสเอ็ม ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเรื่อง อายุ ไม่มี ความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม

2.2 ด้านสถานภาพสมรสพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด เมื่อจะตัดสินใจ ทำอะไรมักจะกระทำโดยทันที มีอิสระในการตัดสินใจ แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ดวงพร วรสกุลเจริญ (2543) ศึกษาปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล 1800 MHz พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความต้องการปัจจัยสื่อสารการตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล 1800 MHz ไม่แตกต่างกัน

2.3 ด้านอาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน ซึ่งสามารถ รับผิดชอบค่าใช้จ่ายของตัวเอง โดยไม่ต้องเป็นภาระของครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิภาศิริ แดงพัด (2546) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการใช้โทรศัพท์พื้นฐานของผู้ให้บริการที่มี โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ลักษณะทั่วไปของ ผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

2.4 ด้านรายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่ม ที่ต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีและสิ่ง ๆ ใหม่ ด้านอารมณ์และความต้องการยังไม่หยุดนิ่ง แต่ไม่สอดคล้อง กับผลงานวิจัยของ วิสรุต ปรัดตกร (2543) ได้ศึกษาทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ดิจิทัล จี เอส เอ็ม ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเรื่องรายได้ต่อเดือน ไม่มี ความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกผู้ให้ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพรวมและด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ด้านราคา ด้านขั้นตอนการ ให้บริการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผู้มีส่วนร่วมหรือพนักงาน ด้านการสร้างและ การนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่ อาจเนื่องจาก ผู้ให้บริการสามารถเลือกความคมชัดของเสียงที่ให้บริการ การให้บริการ สอดคล้องกับความต้องการของการใช้บริการ และมีบริการรองรับระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของ วิภาศิริ แดงพัด (2546) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการใช้โทรศัพท์พื้นฐานของ ผู้ให้บริการที่มี โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทาง การตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์พื้นฐานคือ ปัจจัยด้านคุณภาพเสียง การโทรได้ง่ายช่วย ไม่หลุด และการคิดอัตราค่าบริการและโทรทางไกลราคาประหยัด รวมทั้งการจัดการส่งเสริมการตลาด โดยลดราคามีความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการ

3.2 ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อาจเนื่องจากการกำหนดราคาค่าบริการที่ชัดเจนและถูกต้อง ทำให้ผู้ใช้บริการประหยัดค่าใช้จ่าย และเลือกบริการที่เหมาะสมกับการใช้งานเช่น การกำหนดราคาที่ชัดเจนในการโหลดเสียงรอสาย มีการกำหนดราคาที่ชัดเจนในการใช้บริการ และมีการกำหนดราคาที่ชัดเจนในการใช้บริการข้ามเครือข่าย แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของวิสูตร ปรัดถกร (2543) ได้ศึกษาทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ดิจิทัล จีเอสเอ็มของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ซื้อ และค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม และผลงานวิจัยของ วีรวรรณ ตั้งชนสฤงคาร (2542) ได้ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อบริการเสริมประเภทสาระบันเทิงของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม ในเขตกรุงเทพฯ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญมากที่สุดคือ ส่วนลดค่าโทรศัพท์ และการรับทราบบริการ

3.3 ด้านขั้นตอนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการไม่ต้องการการคอยนานจึงต้องมีความแน่นอนในเรื่องของเวลา การจัดคิวบริการก่อน-หลัง การแจ้งกำหนดเวลาให้บริการที่ชัดเจน และการแจ้งขั้นตอนการให้บริการอย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS ควรเน้นและปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ข้อบริการรับส่ง SMS ด้านราคา ข้อการกำหนดราคาที่ชัดเจนในการใช้บริการข้ามเครือข่าย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ข้อตำแหน่งที่ตั้งศูนย์บริการมีความปลอดภัยในการติดต่อเพื่อขอใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อโปรโมชันด้านการโหลดเสียงเรียกเข้า ด้านผู้มีส่วนร่วมหรือพนักงาน ขอให้โอกาสแสดงความคิดเห็นการรับบริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ข้อมีการแจ้งขั้นตอนการให้บริการอย่างชัดเจน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ข้อทางเข้า-ออกสะดวก สะอาด และปลอดภัย

1.2 ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC ควรเน้นและปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ข้อบริการรองรับระบบอินเทอร์เน็ต และการรับประกันการให้บริการหลังการเลือกใช้บริการ ด้านราคา ข้อการกำหนดราคาที่ชัดเจนในการใช้บริการข้ามเครือข่าย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ข้อตำแหน่งที่ตั้งศูนย์บริการมีความปลอดภัยในการติดต่อเพื่อขอใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อโปรโมชันด้านการโหลดเสียงเรียกเข้า ด้านผู้มีส่วนร่วมหรือพนักงาน ขอให้โอกาสได้แสดงความคิดเห็นในการรับบริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ข้อมีการแจ้งกำหนดเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ข้อป้ายบอกสถานที่มองเห็นชัดเจน

1.3 ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ True Move ควรเน้นและปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ข้อบริการรองรับระบบอินเทอร์เน็ต ด้านราคา ข้อการกำหนดราคาที่ชัดเจนในการใช้บริการข้ามเครือข่าย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ข้อตำแหน่งที่ตั้งศูนย์บริการมีความปลอดภัยในการติดต่อเพื่อขอใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อ โปร โหมชั่นด้านการโหลดเสียงเรียกเข้า ด้านผู้มีส่วนร่วมหรือพนักงาน ข้อให้โอกาสได้แสดงความคิดเห็นในการรับบริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ข้อมีการแจ้งกำหนดเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ข้อทางเข้า – ออกสะดวก สะอาด และปลอดภัย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ผู้สนใจควรทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่แตกต่าง เพื่อเป็นการตรวจสอบผลที่ได้จากการวิจัยว่ามี

ความสอดคล้องกันหรือไม่

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาเจาะลึกเกี่ยวกับการให้บริการแต่ละประเภทของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

2.3 ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อทางเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

บรรณานุกรม

- ดวงพร วรสกุลเจริญ. 2543. ปัจจัยสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอล 1800 MHz. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิภาสรี แดงพัด. 2546. พฤติกรรมและปัจจัยในการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพมหานคร : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิสรุต ปรัดถกร. 2543. ทศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วีรวรรณ ตั้งชนสงคาร. 2542. ความคิดเห็นที่มีต่อการเสริมประเภทสาระบันเทิง ของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.