

ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวอรนดา นราชวลิต

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด

พฤษภาคม 2545

ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

658.8343

8 327ค

5.3

ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวอรนดา นราชวลิต

✓



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด

พฤษภาคม 2545

147975

25 ส.ย. 2545

อรนดา นราวลิต. (2545). *ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย.

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ใน 4 ด้าน คือ ด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ โดยจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ ระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ อัตราค่าใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน และระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ ตลอดจนรวบรวมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ใช้บริการที่มีต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 399 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม อยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านราคาอยู่ในระดับพอใจน้อย ด้านรูปแบบบริการอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ส่วนด้านอื่นๆ อยู่ในระดับพอใจมาก

2. ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ให้บริการที่มีอายุ 15-25 ปี พอใจมากกว่าผู้ให้บริการที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ให้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีพอใจมากกว่าผู้ให้บริการที่มีการศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านรูปแบบบริการผู้ให้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนพอใจมากกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ให้บริการที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พอใจมากกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ผู้ใช้บริการที่มีตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านความสะดวก ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ให้บริการที่มีตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่อื่นพอใจมากกว่าผู้ให้บริการที่มีตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่โนเกีย อีริคสัน โมโตโรล่าและซีเมนส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านรูปแบบบริการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 โดยผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่น้อยกว่า 6 เดือน พพอใจมากกว่าผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี, 1 ปีแต่ไม่ถึง 3 ปีและ 3 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9. ผู้ใช้บริการที่มีอัตราค่าใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

10. ผู้ใช้บริการที่มีระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 โดยด้านรูปแบบบริการผู้ให้บริการระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ พพอใจมากกว่าผู้ให้บริการระบบ1800, ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 และDprompt อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านราคา ผู้ใช้บริการ Dprompt พพอใจมากกว่าผู้ให้บริการระบบ 1800 และระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความสะดวก ผู้ใช้บริการระบบ1800, ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800, วันทูคอล (One-2-Call) และDprompt พพอใจมากกว่าผู้ให้บริการระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ใช้บริการวันทูคอล (One-2-Call) และDprompt พพอใจมากกว่าผู้ให้บริการระบบ1800 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ใช้บริการวันทูคอล (One-2-Call) พพอใจมากกว่าผู้ให้บริการระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผู้ให้บริการระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 และวันทูคอล (One-2-Call) พพอใจมากกว่าผู้ให้บริการระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์, ระบบ1800 และDprompt อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

THE USERS' OPINION TOWARD MOBILE PHONE IN BANGKOK

AN ABTRACT

BY

MISS ORNADA NARACHAWALIT

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Marketing
at Srinakharinwirot University**

May 2002

Ornada Narachawalit. (2002). *The users' opinion toward mobile phone in Bangkok*. Master Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Assist. Prof. Supee Limthai.

The purpose of this research was to study the users' opinion toward mobile phone in Bangkok four aspects : service, price, convenience and promotion. It was compared the users' opinion toward mobile phone by grouping users under following classifications: sex ; age ; educational background ; occupation ; income ; brand of mobile phone ; timing of mobile phone usage ; expenditure and network. It also included recommendation from users.

The sample of this research were 399 mobile phone users in Bangkok. A questionnaire was constructed and used as a tool to collect data. Percentage, mean, standard deviation, t-test and One-way analysis of variance were statistical method for analyzing data.

The research revealed that :

1. The users' opinion was at a high level in overall aspects except the convenience was satisfiable at a moderate level and price was satisfiable at a low level.

2. There was no statistical significant difference for the opinion toward mobile phone in overall aspects and each aspect from the users with different sex.

3. There was statistical significant difference for the opinion toward mobile phone in overall aspects from the users with different ages. However, for analyzing in each aspect : It showed that there was statistical significant difference at .05 in the aspect of price.

4. There was no statistical significant difference for the opinion toward mobile phone in overall aspects from the users with different educational background. However, for analyzing in each aspect : It showed that there was statistical significant difference at .05 in the aspect of price.

5. There was no statistical significant difference for the opinion toward mobile phone in overall aspects from the users with different occupation. However, for analyzing in each aspect : It showed that there was statistical significant difference at .05 in the aspect of service.

6. There was statistical significant difference for the opinion toward mobile phone in overall aspects from the users with different incomes. However, for analyzing in each aspect : It showed that there was statistical significant difference at .05 in the aspect of price.

7. There was no statistical significant difference for the opinion toward mobile phone in overall aspects from the users with different brand of mobile phone. However, for analyzing in each aspect : It showed that there was statistical significant difference at .05 in the aspect of convenience.

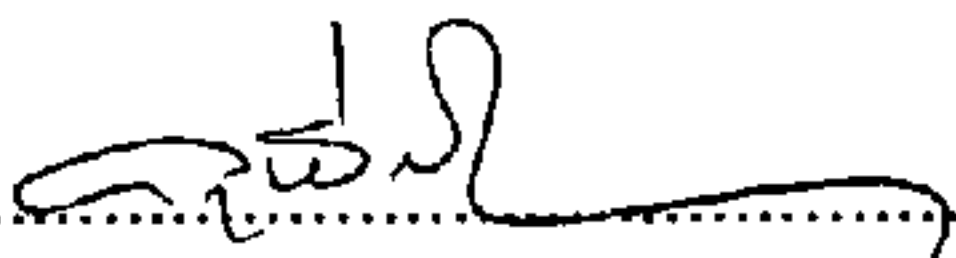
8. There was statistical significant difference for the opinion toward mobile phone in overall aspects from the users with different timing of mobile phone usage. However, for analyzing in each aspect : It showed that there was statistical significant difference at .05 in the aspect of service and convenience.

9. There was no statistical significant difference for the opinion toward mobile phone in overall aspects and each aspect from the users with different expenditure.

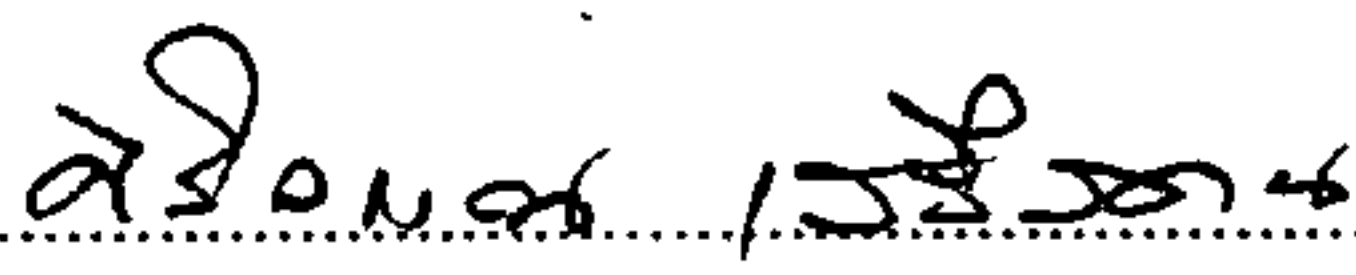
10. There was statistical significant difference for the opinion toward mobile phone in overall aspects and each aspect from the users with different network.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

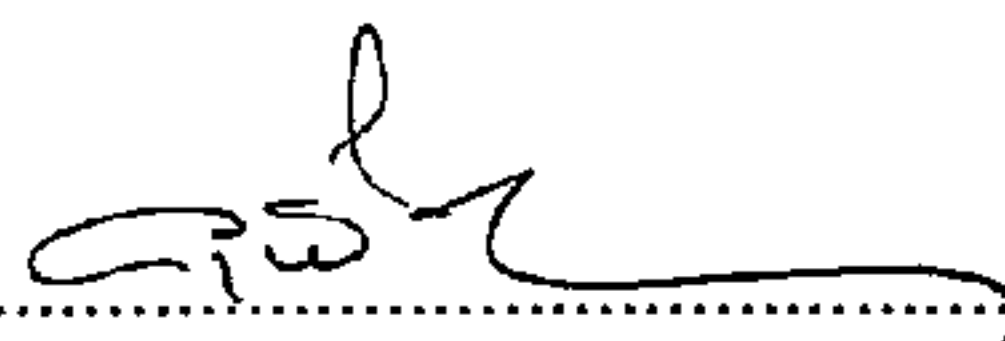
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

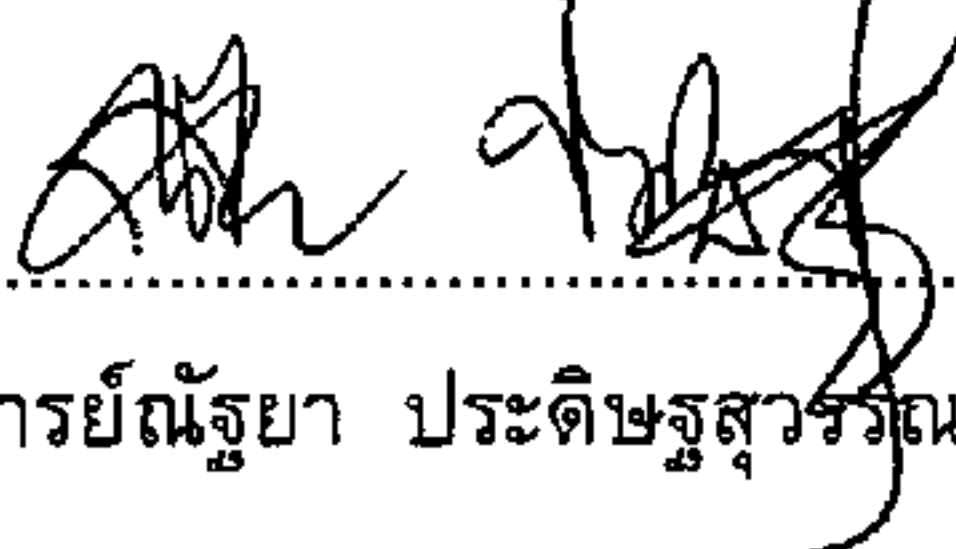

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียร ลิมไทย)

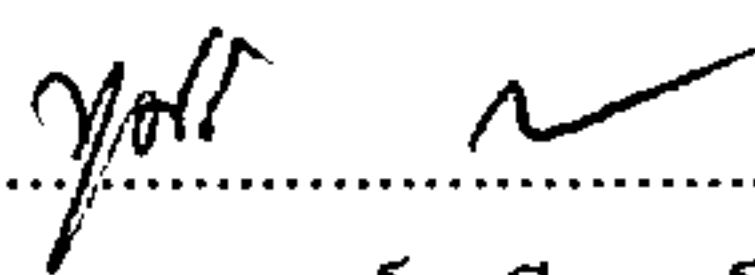
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร


.....
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

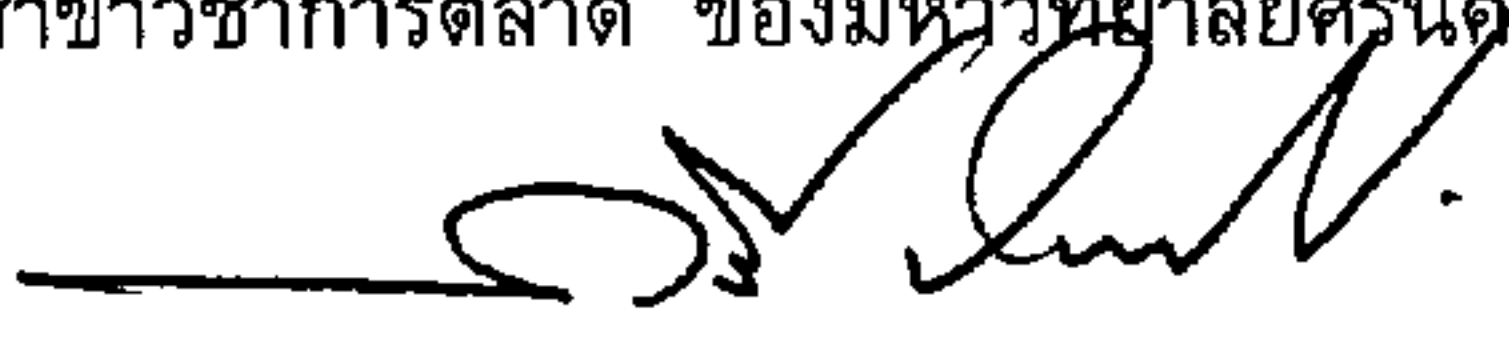
คณะกรรมการการสอบ


..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียร ลิมไทย)


..... กรรมการ
(อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กวี วรกวิน)
วันที่.....เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2545

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละอันที่ค่านับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง อันเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ อาจารย์สุวรรณี ตริวัฒน์วงศ์ และอาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือและให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบปากเปล่าคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย ที่ได้ให้คำแนะนำและพิจารณาการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้รับการอบรม สั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทความรู้ที่เป็นประโยชน์ยิ่งแก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน สำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามได้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าของผู้วิจัยเป็นอย่างมาก

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้อบรมสั่งสอนผู้วิจัยให้เป็นคนดี ขยัน อดทน ซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และมอบโอกาสการศึกษาเป็นวิชาความรู้ติดตัวจนปัจจุบัน

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของ บิดา มารดา ญาติๆ บุรพคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

ท้ายนี้ ผู้วิจัยขอจารึกคุณงามความดีที่ทุกท่านได้ช่วยเหลือไว้ในความทรงจำตลอดไป และขอมอบผลบุญจากประโยชน์สารนิพนธ์นี้ เพื่ออุทิศส่วนกุศลแด่ รองศาสตราจารย์สำอองค์ งามวิชา ผู้ล่วงลับแล้ว

อรนดา นราชลิต

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....1	1
ความมุ่งหมายของการศึกษา.....5	3
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....5	4
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....5	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....8	6
กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า.....10	8
สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....10	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
ความเป็นมาของโทรศัพท์เคลื่อนที่.....12	10
ประเภทและลักษณะของโทรศัพท์เคลื่อนที่.....22	18
แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....24	20
แนวคิดและทฤษฎีในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	23
ทฤษฎีและกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม.....	27
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....27	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....33	35
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	39
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....35	39
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....36	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....36	41
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....37	41
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....37	42
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....40	45
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....40	45
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	82
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	82
ผลการศึกษาค้นคว้า.....	84
อภิปรายผล.....	90
ข้อเสนอแนะ.....	95

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
	บรรณานุกรม.....	97
	ภาคผนวก.....	100
	ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	116

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ดรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ ระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ อัตราค่าใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉลี่ยต่อเดือน และระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้.....	46
2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร.....	48
3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านรูปแบบบริการ.....	49
4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา.....	50
5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวก.....	51
6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด.....	52
7 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มี เพศต่างกัน.....	54
8 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามอายุ.....	54
9 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มี อายุต่างกัน.....	55
10-1 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครด้านราคาเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอายุ.....	56
10-2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครโดยรวมเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอายุ.....	56
11 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	57
12 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มี ระดับการศึกษาต่างกัน.....	58
13-1 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครด้านราคาเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	59
14 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามอาชีพ.....	59
15 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มี อาชีพต่างกัน.....	60

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16-1	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบบริการเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกอาชีพ.....	61
17	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	62
18	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน.....	63
19-1	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านราคาเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	64
20	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตาม ตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้.....	65
21	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้.....	66
22-1	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสะดวกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้.....	67
23	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่.....	68
24	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่.....	69
25-1	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบบริการเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่.....	70
25-2	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสะดวกรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่.....	70
25-3	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านโดยรวมรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่.....	71
26	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	72

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
27 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้.....	73
28 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มี ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้.....	74
29-1 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครด้านรูปแบบบริการเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนก ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้.....	75
29-2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครด้านราคาเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนก ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้.....	76
29-3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครด้านความสะดวกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนก ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้.....	77
29-4 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้.....	78
29-5 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครโดยรวมเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนก ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้.....	79
30 ข้อเสนอแนะในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถามปลายเปิด ด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด.....	80

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	14
2 แบบจำลองเพื่ออธิบายถึงการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ (1).....	24
3 แบบจำลองเพื่ออธิบายถึงการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ (2).....	26
4 แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจ.....	30
5 รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์.....	32
6 ผลิตภัณฑ์ควบ.....	32
7 ความเกี่ยวข้องระหว่างอรรถประโยชน์ มูลค่าและราคา.....	33
8 บทบาทการส่งเสริมการตลาดในส่วนประสมการตลาด.....	34

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

บทบาทและความสำคัญในการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ในปัจจุบัน ในยุคปัจจุบันที่เรียกว่าโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่การติดต่อสื่อสารถึงกันทั่วโลกด้วยคอมพิวเตอร์ในระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) และเป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารหรือยุค (IT) (Information Technology) ที่ต้องใช้การสื่อสารติดต่อกันด้วยดาวเทียม โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้มามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น เนื่องจากสะดวกในการพกพาไปยังที่ต่างๆ และเป็นสิ่งสำคัญยิ่งสำหรับสังคมปัจจุบัน เพราะการส่งข่าวสารข้อมูลที่รวดเร็วและแม่นยำ ทำให้เราสามารถประหยัดเวลาในการติดต่อและเรียนรู้สิ่งต่างๆ ได้ถูกต้องและรวดเร็ว ปัจจุบันความก้าวหน้าของการโทรคมนาคมได้ถูกใช้เป็นสิ่งของ หรือเปรียบเทียบระดับมาตรฐานหรือความเป็นอยู่ของสังคม เช่น ประเทศไทยในปี 2535 มีโทรศัพท์ทั่วประเทศประมาณ 2 ล้านเลขหมาย สำหรับประชากร 57 ล้านคน หรือประมาณ 3 เลขหมายต่อประชากร 100 คน ซึ่งอยู่ในระดับที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ที่มีโทรศัพท์ โดยเฉลี่ยทั่วประเทศสูงกว่า 40 เลขหมาย ต่อประชากร 100 คน ระดับความเจริญของการโทรคมนาคมของไทย ได้สะท้อนให้เห็นว่าคุณภาพชีวิตและความสามารถในการแข่งขันของไทย โดยเฉลี่ยยังด้อยกว่าประเทศต่างๆ อยู่อีกมาก แนวทางการพัฒนาโทรคมนาคมของไทยจึงมีเพิ่มสูงขึ้นตามระดับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ โดยได้กำหนดการลงทุนในการโทรคมนาคม ควรจะไม่ต่ำกว่า 1.5 ของ GDP ของแต่ละปี (โกศล เพ็ชรสุวรรณ. 2536: 14) สิ่ง que แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าประเทศไทยได้ก้าวหน้าสู่ยุคของข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันแล้วก็คือการขยายตัวอย่างรวดเร็วของการใช้ "โทรศัพท์เคลื่อนที่" นั่นเอง

ในประเทศไทยมีการนำโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์มาให้บริการ โดยองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยนำระบบเอ็นเอ็มที (Nordic Mobile Telephone System : NMTS) ความถี่ผ่าน 470 เมกกะเฮิร์ตซ์ เข้ามาให้บริการเป็นครั้งแรก และการสื่อสารแห่งประเทศไทยนำระบบเซลลูลาร์ ความถี่ 800 เมกกะเฮิร์ตซ์ ซึ่งเรียกว่าระบบแอมป์ (Advanced Mobile Phone System : AMPS) มาให้บริการเป็นครั้งแรกเช่นกัน แต่การขยายตัวของเครือข่ายให้บริการทั้งสองระบบเป็นไปอย่างล่าช้า เพราะปัญหาการสร้างสถานีและความถี่จำกัด ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันทั่วทั้ง องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยจึงให้สัมปทานในการดำเนินการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ ระบบเอ็นเอ็มที ความถี่ 900 เมกกะเฮิร์ตซ์ โดยบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด ในเครือบริษัทชินวัตรเป็นผู้ได้รับสัมปทาน ส่วนการสื่อสารแห่งประเทศไทยก็ให้สัมปทานแก่บริษัท โทเทิล แอ็คซิส คอมมิวนิเคชั่น ในการขยายเครือข่ายบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ระบบแอมป์ ความถี่ 800 เมกกะเฮิร์ตซ์ เข้าสู่รหัสโทรศัพท์เคลื่อนที่ 01 เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2537 เพื่อให้ตลาดมีการแบ่งปันการบริการอย่างเสรี และสามารถขยายเลขหมายได้อย่างไม่จำกัด ทั้งสามารถสนองตอบต่อผู้ให้บริการได้อย่างทั่วถึง รวมทั้งเป็นการส่งเสริมให้มีการแบ่งปันการพัฒนาด้วย

ในระยะแรกของการนำบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มาใช้มักเป็นการใช้กันเพื่อการดำเนินการธุรกิจมีการวิจัยพบว่า เจ้าของกิจการขนาดเล็กนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด รองลงมาก็คือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ และเจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหารในบริษัทที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 100 คน การที่มีการนำโทรศัพท์เคลื่อนที่มาใช้ในธุรกิจน่าจะเป็นเพราะในช่วงเวลานั้นเกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างสูง และมีปัญหาในด้านการขาดแคลนโทรศัพท์ที่จะใช้ในการ

ติดต่อสื่อสารระหว่างกัน โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถแก้ปัญหานี้ได้ โดยเฉพาะการจราจรที่ติดขัดอย่างในกรุงเทพมหานคร ทำให้เกิดความคล่องตัวทางธุรกิจ เพราะสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้ตลอดเวลา จึงเป็นที่นิยมและมีความจำเป็นต่อธุรกิจอีกประการหนึ่ง ในช่วงแรกโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีราคาค่อนข้างสูง จึงมีเพียงกลุ่มนักธุรกิจเท่านั้นที่สามารถมีเครื่องมือสื่อสารชนิดนี้ไว้ใช้ได้ แต่ต่อมาเมื่อเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่มีราคาถูกลง จึงเริ่มมีความต้องการใช้ในหมู่คนทั่วไป ทั้งข้าราชการและประชาชนที่มีกำลังซื้อที่สำคัญ (ยศวดี บุญเกียรติ และ แสงธรรม เหล่าพูลทรัพย์. 2535:4) โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้งานได้เหมือนกับเป็นโทรศัพท์พื้นฐานหลัก (Public Service Telephone Network : PSTN) (หมายถึง โครงข่ายระบบการให้บริการโทรศัพท์ซึ่งเป็นระบบเครือข่ายหลักของการให้บริการแก่สาธารณชนเป็นแกนหลักที่สำคัญที่สุดในการเชื่อมโครงข่ายการสื่อสารโดยใช้ระบบสายเคเบิล) แต่มีคุณสมบัติที่ดีกว่าตรงที่สามารถโทรได้ทุกสถานที่ ไม่มีข้อจำกัดทางด้านสายโทรศัพท์ สามารถพกพาไปได้ มีความสะดวกในการใช้ ทำให้มีการนำโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปใช้ในสถานการณ์และด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ

ระยะ 6-7 ปีที่ผ่านมาตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ในช่วงแรกความต้องการยังอยู่เฉพาะในกลุ่มธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ ประกอบกับผู้ประกอบการด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีอยู่น้อยราย ทำให้มีการแข่งขันในตลาดน้อยมากเมื่อเทียบกับปัจจุบัน จากปัญหาการขาดแคลนหมายเลขโทรศัพท์ธรรมดา ทำให้นักธุรกิจเริ่มหันมาสนใจโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น ราคาในช่วงแรกจึงตกเครื่องละ 2-3 แสนบาท แต่หลังจากที่มีการขยายย่านความถี่ใหม่เพิ่มขึ้น คือ AMS 800 และ NMT 900 และมีการเปิดเสรีมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการในด้านนี้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะระบบ AMPS 800 ซึ่งมีกว่า 30 ยี่ห้อ ส่งผลให้ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันตกประมาณ 10,000-30,000 บาท และในปัจจุบันก็มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอล (Digital) ของระบบเซลลูลาร์ 900 คือ ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่จีเอสเอ็ม 2 วัตต์ (GSM : Global System for Mobile Communications) ซึ่งให้บริการโดยบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด และระบบดิจิตอลของระบบแอมบี 800 คือ ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ พีซีเอ็น (PCN : Personal Communication Network) หรือระบบ 1800 ซึ่งให้บริการโดยบมจ.โทเทิล แอ็คเซ็สคอมมูนิเคชั่น นอกจากนี้ยังมีระบบ GSM 1800 ซึ่งให้บริการโดยบริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด มาให้บริการแก่ประชาชนเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันฐานผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ขยายกว้างขึ้น เนื่องจากราคาโทรศัพท์ถูกลงและมีแบบเงินผ่อนเข้ามา บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงไม่จำกัดอยู่แต่เฉพาะในวงธุรกิจจะเห็นเด็กนักเรียนในกรุงเทพฯ ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จะเห็นมอเตอร์ไซด์รับจ้างใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ฯลฯ มีศูนย์บริการจำหน่ายแบตเตอรี่, ชุดหูฟัง (Small Talk) รวมถึงการเปลี่ยนแปลงให้โทรศัพท์สวยงามขึ้น เช่น ซองใส่โทรศัพท์ หน้ากากโทรศัพท์ลวดลายต่างๆ เป็นต้น การที่โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง มีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย ได้แก่ ราคาที่ถูกลง ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร อิทธิผลจากการโฆษณา และความจำเป็นในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น ใช้ติดต่อกับเพื่อนฝูง และญาติ ติดต่อโรงพยาบาล การสอบถามหรือรายงานเกี่ยวกับการจราจร การแจ้งอุบัติเหตุ การสั่งซื้อสินค้าและบริการ เป็นต้น โทรศัพท์เคลื่อนที่จึงเป็นเสมือนโทรศัพท์สาธารณะและโทรศัพท์ที่ใช้ตามบ้าน

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้บริการจากเดิมที่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักธุรกิจเป็นกลุ่มบุคคลทั่วไป โดยมีการโฆษณาว่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นบริการที่เป็นประโยชน์ มีความสำคัญเป็นสิ่งจำเป็นต่อสังคมและผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ในปัจจุบันบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้นำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเสริมการบริการ โดยมีการพัฒนาการให้บริการจากระบบอนาล็อก (Analog) มาเป็นระบบดิจิตอล (Digital) ซึ่งเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพในการ

ให้บริการดีกว่า คุณภาพในการรับส่งสัญญาณมีความชัดเจนมีช่องสัญญาณมากขึ้น ลดปัญหาด้านการจัดสรรความถี่ หรือช่องสัญญาณได้ อีกทั้งยังสามารถให้บริการเสริมในด้านต่างๆ ได้ เช่น บริการรับฝากข้อความ, บริการรับส่งข้อความ, บริการสัญญาณด่วนถึงเพจเจอร์, บริการโทรข้ามแดนอัตโนมัติ บริการชำระค่าบัตรเครดิตผ่านทางโทรศัพท์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังเพิ่มความหลากหลายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากเดิมที่มีโทรศัพท์ประเภทที่ผู้ใช้บริการต้องจดทะเบียนเลขหมายแล้วจึงสามารถใช้โทรติดต่อสื่อสารได้ และหลังจากนั้นจะได้รับใบเรียกเก็บเงินเพื่อชำระค่าบริการภายหลังซึ่งจะเรียกว่าโทรศัพท์ประเภทจดทะเบียนเลขหมายเพิ่มมาเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ใช้บริการไม่ต้องจดทะเบียนเลขหมาย สามารถใช้โทรศัพท์ได้ทันทีหลังจากซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งโทรศัพท์ประเภทนี้จะสามารถช่วยในการควบคุมค่าโทรศัพท์โดยใช้เทคโนโลยีบัตรเติมเงินเข้ามาช่วยคือ เมื่อเงินในบัตรเติมเงินหมดผู้ใช้บริการจะต้องเติมเงินลงในบัตรเติมเงินแล้วจึงใช้บริการต่อได้ ซึ่งโทรศัพท์ประเภทนี้เรียกว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทไม่ต้องจดทะเบียนเลขหมาย

ทั้งนี้ จากที่กลุ่มผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการขยายกว้างขึ้นจากกลุ่มนักธุรกิจมาเป็นกลุ่มบุคคลทั่วไป ประกอบกับบริการและเทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการพัฒนา เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการมากขึ้น ตลอดจนการเพิ่มความหลากหลายของโทรศัพท์เคลื่อนที่จนในปัจจุบันได้มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้บริการทั้งประเภทจดทะเบียนเลขหมาย และประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมาย Prepaid ซึ่งในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ดังกล่าวถือได้ว่ามีผู้ให้บริการอยู่ 2 รายหลักคือ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็สคอมมูนิเคชั่น จำกัด โดยผู้ให้บริการแต่ละรายได้พยายามใช้กลยุทธ์การตลาดต่างๆ เพื่อรักษฐานผู้ใช้บริการรายเดิมและขยายฐานผู้ใช้บริการรายใหม่ให้เพิ่มมากขึ้น เช่นการลดอัตราค่าโทรศัพท์จากนาทีละ 5.5 บาท เป็นนาทีละ 5 บาท หรือแถมบัตรเติมเงินมูลค่า 2,000 บาทฟรี เมื่อลูกค้าซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Prepaid จะเห็นได้ว่าสถานการณ์ทางการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการแข่งขันที่รุนแรง ดังนั้นเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตลอดจนสามารถใช้กลยุทธ์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาให้เข้าใจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในด้านอัตราค่าบริการ รูปแบบบริการเสริม ความสะดวกในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความสะดวกในการชำระค่าบริการและซื้อบัตรเติมเงินว่ามีความแตกต่างหรือไม่ และมากน้อยเพียงใด ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นการศึกษาภายใต้หัวข้อเรื่อง "ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร"

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในด้านต่างๆ ดังนี้
 - 1.1 ด้านรูปแบบบริการ
 - 1.2 ด้านราคา
 - 1.3 ด้านความสะดวก
 - 1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการใน 4 ด้าน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ตรา(ยี่ห้อ)โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ ระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ อัตราค่าบริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะก่อให้เกิดประโยชน์ดังนี้

1. เป็นข้อมูลเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนต่อผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับใช้ประกอบการปรับปรุงบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. เป็นข้อมูลให้ผู้บริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้พิจารณาแนวทางในการเพิ่มคุณภาพการบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ คนไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ จะคัดเลือกจากคนไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย และจำแนกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นเกณฑ์ในการแบ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 5 กลุ่ม ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ผู้ใช้บริการในระบบเซลลูลาร์ 900 และระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัดต์ ซึ่งมีผู้ให้บริการรายเดียวกัน จำนวน 80 ราย ผู้ใช้บริการในระบบ 800 และระบบ 1800 ซึ่งมีผู้ให้บริการรายเดียวกัน จำนวน 80 ราย ผู้ใช้บริการในระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 จำนวน 80 ราย ผู้ใช้บริการวันทูคอล จำนวน 80 ราย และผู้ให้บริการ Dprompt จำนวน 80 ราย ทั้งนี้การนำผู้ให้บริการระบบเซลลูลาร์ 900 รวมกับระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัดต์ และนำระบบ 800 รวมกับระบบ 1800 เนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 800 และ ระบบเซลลูลาร์ 900 ในเขตกรุงเทพมหานครปัจจุบันมีผู้ใช้บริการอยู่น้อยราย

3. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) : ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

3.1.1 เพศ ซึ่งแบ่งเป็น

3.1.1.1 ชาย

3.1.1.2 หญิง

3.1.2 อายุ ซึ่งแบ่งเป็น

3.1.2.1 15 - 25 ปี

3.1.2.2 26 - 30 ปี

3.1.2.3 30 ปีขึ้นไป

3.1.3 ระดับการศึกษา ซึ่งแบ่งเป็น

3.1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

3.1.3.2 ปริญญาตรี

3.1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

3.1.4 อาชีพ ซึ่งแบ่งเป็น

- 3.1.4.1 นักเรียน/นักศึกษา
- 3.1.4.2 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- 3.1.4.3 พนักงานบริษัทเอกชน

3.1.5 รายได้ ซึ่งแบ่งเป็น

- 3.1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 3.1.5.2 10,001-15,000 บาท
- 3.1.5.3 15,001-20,000 บาท
- 3.1.5.4 20,000 บาทขึ้นไป

3.1.6 ครา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ ซึ่งแบ่งเป็น

- 3.1.6.1 โนเกีย
- 3.1.6.2 อีริคสัน
- 3.1.6.3 โมโตโรล่า
- 3.1.6.4 ซีเมนส์

3.1.7 ระยะเวลาในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งแบ่งเป็น

- 3.1.7.1 น้อยกว่า 6 เดือน
- 3.1.7.2 6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี
- 3.1.7.3 1 ปีแต่ไม่ถึง 3 ปี
- 3.1.7.4 ตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

3.1.8 อัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งแบ่งเป็น

- 3.1.8.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท
- 3.1.8.2 1,000 บาทขึ้นไป

3.1.9 ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ ซึ่งแบ่งเป็น

- 3.1.9.1 เซลลูลาร์ 900
- 3.1.9.2 ระบบ 800
- 3.1.9.3 ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์
- 3.1.9.4 ระบบ 1800
- 3.1.9.5 ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800
- 3.1.9.6 วันทูคอล (One-2-call)
- 3.1.9.7 Dprompt

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในด้านต่างๆ ดังนี้

3.2.1 ด้านรูปแบบบริการ

3.2.2 ด้านราคา

3.2.3 ด้านความสะดวก

3.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

✓ 1. โทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง โทรศัพท์ที่สามารถพกพาได้ โดยหมายเลขโทรศัพท์ไม่ได้เป็นหมายเลขเดียวกับโทรศัพท์บ้าน และเป็นโทรศัพท์ที่ให้บริการในประเทศไทย ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1.1 โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทที่ต้องจดทะเบียนเลขหมาย (Non-prepaid) หมายถึง บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ให้บริการจะต้องจดทะเบียน ชำระค่ามัดจำเลขหมาย ชำระค่าบริการรายเดือน โดยผู้ให้บริการจะได้รับบิลเรียกเก็บเงินจากผู้ให้บริการเป็นประจำทุกเดือนได้แก่ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 900 เมกะเฮิร์ต และดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัดต์ ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด ระบบ 800 เมกะเฮิร์ต และ ระบบดิจิตอล 1800 ของบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด

1.2 โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทที่ไม่ต้องจดทะเบียนเลขหมาย (Prepaid) หมายถึง บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ให้บริการไม่ต้องจดทะเบียน ไม่ต้องเสียค่ามัดจำเลขหมาย ไม่ต้องจ่ายค่าบริการรายเดือน ไม่มีบิลเรียกเก็บเงิน สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง โดยวิธีการเติมเงินลงในระบบก็สามารถใช้งานได้ภายใน 3 นาที

✓ 2. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งประเภทจดทะเบียนเลขหมาย (Non-prepaid) และประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมาย (Prepaid) ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับความพอใจ/ความเหมาะสม/ความเห็นด้วยต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งจำแนกเป็น 4 ด้านดังนี้

3.1 ด้านรูปแบบบริการ แบ่งออกเป็น

3.1.1 บริการพื้นฐาน หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารโดยการโทรเข้า-ออกไปยังเลขหมายอื่น ความชัดของสัญญาณระหว่างการสนทนา ความต่อเนื่องของสัญญาณระหว่างการสนทนา

3.1.2 บริการเสริม หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการพิเศษที่นอกเหนือจากการสื่อสารโดยการโทรเข้า-ออกปกติ บริการโอนสายอัตโนมัติ บริการรับสายเรียกซ้อนและพักสายเพื่อโทรออก บริการแจ้งผลสลากกินแบ่งรัฐบาล บริการโทรข้ามแดนอัตโนมัติ บริการรับฝากข้อความ บริการชำระค่าบริการเครดิตผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการจองบัตรชมภาพยนตร์

3.1.3 บริการหลังการขาย หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการต่างๆ ที่ผู้ให้บริการได้มอบให้แก่ลูกค้า เมื่อเกิดปัญหาหรือข้อสงสัยจากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ศูนย์ดูแลลูกค้าที่ประสบปัญหาเครื่องหาย (Priority Care Center) ศูนย์บริการสอบถามข้อมูล (Call Center) ศูนย์บริการซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่

3.2 ด้านราคา

3.2.1 ราคาเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ซื้อใหม่ ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเครื่องใหม่เบอร์เดิม ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมาย (Prepaid)

3.2.2 อัตราค่าบริการ หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการที่เกิดจากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในพื้นที่เดียวกัน ต่างพื้นที่ ค่าบริการรายเดือน ค่าบริการเสริม

3.3 ด้านความสะดวก

3.3.1 ความสะดวกในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทซื้อใหม่ ประเภทเครื่องใหม่เบอร์เดิม ประเภทไม่ต้องจดทะเบียนเลขหมาย (Prepaid)

3.3.2 ความสะดวกในการชำระค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ชำระด้วยเงินสด บัตรเครดิต เช็ค การหักบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ ชำระทางไปรษณีย์ เคา์เตอร์ ธนาคาร

3.3.3 ความสะดวกในการซื้อบัตรเติมเงิน หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ในการซื้อบัตรเติมเงินสำหรับใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทที่ไม่ต้องจดทะเบียนเลขหมาย (Prepaid)

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ที่จัดขึ้นเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคมาซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือจูงใจให้ลูกค้าเดิมยังคงใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทฯ อยู่ สามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้านดังนี้

3.4.1 การโฆษณา หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยไม่ใช้พนักงานขาย ที่ต้องจ่ายเงินโดยผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจะมีลักษณะเป็นการเสนอขายสินค้าและบริการ โดยการใช้สื่อ

3.4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยใช้พนักงานขายในการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายกับลูกค้าเป้าหมาย

3.4.3 การส่งเสริมการขาย หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ หรือการซื้อของลูกค้าเป้าหมายขั้นสุดท้าย

3.4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายโดยไม่ใช้บุคคล ที่ไม่มีการจ่ายเงินจากผู้ให้บริการ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อบริษัทผู้ให้บริการ ให้เกิดกับลูกค้าเป้าหมายและผู้ให้บริการ

(จรรยา นราวัณ . 2545 : ๗)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดจะประกอบด้วยตัวแปรที่ทำการวิจัย คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ซึ่งมีดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. อาชีพ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
6. ครา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้
7. ระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่
8. อัตราค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉลี่ยต่อเดือน
9. ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในด้าน

1. รูปแบบบริการ
2. ราคา
3. ความสะดวก
4. กิจกรรมส่งเสริมการตลาด

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่เพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่อายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. ผู้ใช้บริการที่อาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. ผู้ใช้บริการที่รายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
6. ผู้ใช้บริการที่ใช้ตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
7. ผู้ใช้บริการที่ระยะเวลาการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

8. ผู้ใช้บริการที่อัตราค่าบริการโดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

9. ผู้ใช้บริการที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความเป็นมาของโทรศัพท์เคลื่อนที่
2. ประเภทและลักษณะของโทรศัพท์เคลื่อนที่
3. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
4. แนวคิดและทฤษฎีในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม
6. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

✓ความเป็นมาของโทรศัพท์เคลื่อนที่

บันทึก พกษามะธานันท์ (2533 : 8) ได้กล่าวถึงความเป็นมาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ไว้ว่าหลังจากปีพ.ศ. 2407 ที่แมกซ์เวลล์ (Maxwell) สร้างสมการเพื่ออธิบายเกี่ยวกับคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ได้มีนักวิทยาศาสตร์หลายท่านให้ความสนใจและทำการทดลองขึ้นประมาณปี พ.ศ. 2423-2429 ไฮน์ริคเฮิร์ตซ์ (Heinrich Hertz) นำสมการของแมกซ์เวลล์มาปฏิบัติการทดลองเกี่ยวกับวิทยุคมนาคมเพื่อพิสูจน์ความคล้ายคลึงกันระหว่างคลื่นวิทยุกับคลื่นแสงและได้ประดิษฐ์อุปกรณ์และได้ประดิษฐ์อุปกรณ์รับ-ส่งโมโนเลขไร้สาย

ปี พ.ศ. 2440 มาร์เชส กุยลิโม มาร์โคนี (Marchese Guglielmo Marconi) ทำการทดลองเกี่ยวกับวิทยุโทรคมนาคมเคลื่อนที่ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยติดตั้งระหว่างสถานีฐานภาคพื้นดินกับเรือที่ห่างจากฝั่งประมาณ 18 ไมล์ ได้สำเร็จ และต่อมาประสบความสำเร็จส่งคลื่นวิทยุติดต่อกันระหว่างทวีป

ปี พ.ศ. 2447-2463 อาร์มสตรอง (Armstrong) ได้ประดิษฐ์เครื่องรับวิทยุที่สมบูรณ์แบบสำเร็จและจี.เอ.คอมบีเบลล์ (G.A. Campbell) ได้ทดลองส่งกระจายเสียงในระบบ เอ เอ็ม (Amplitude Modulation ; AM) ได้สำเร็จ

ปี พ.ศ. 2464 มีการใช้วิทยุส่งการในกิจการตำรวจขึ้นเป็นครั้งแรก

หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 มีการพัฒนาเกี่ยวกับการใช้คลื่นวิทยุสำหรับติดต่อข่าวสารอย่างกว้างขวางมีการนำไปใช้ในงานการกระจายเสียง (Broadcast) กิจการโทรศัพท์และโทรคมนาคม โดยเรียกคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าได้หลายแบบ แล้วแต่การนำไปประยุกต์ใช้งาน สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น ในระยะแรกเรียกว่า วิทยุคมนาคม (Radio Communication)

การคมนาคมเคลื่อนที่ (Mobile Communication) อาศัยคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า (Electromagnetic Wave) ที่เรียกว่าคลื่นวิทยุ (Radio wave) ในระยะแรกที่ค้นพบคลื่นนี้มีคำจำกัดความเกี่ยวกับวิทยุคมนาคมเคลื่อนที่ (Mobile Radio Communication) ว่า “เป็นวิทยุคมนาคมที่ติดต่อกันระหว่างสองจุด ไม่ว่าจะเคลื่อนที่หรืออยู่กับที่เรียกว่าสถานีฐาน (Base Station)”

คำว่าเคลื่อนที่ สามารถใช้กับยานพาหนะบนบก ในน้ำ อากาศยาน และดาวเทียมคมนาคม (Communication Satellite) สถานภาพและยุทธวิธีของระบบวิทยุเคลื่อนที่ครอบคลุมการใช้งานต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ศัพท์วิทยุ (Radiophone) หรือเดินไปพูดไป (Walkie-Talkies) เช่น วิทยุส่งการ โทรศัพท์ส่งการ วิทยุสมัครเล่น (Volunteer Radio ; VR) เป็นต้น

- ระบบการกระจายข่าวสาร (Dispatching System) เป็นระบบที่ใช้ช่องคลื่นร่วมกัน โดยผู้ส่งข่าวสารจะส่งข่าวสารไปยังพาหนะหลายคัน และผู้รับข่าวสารสามารถสนทนากับผู้ส่งข่าวสารรายเดียวเท่านั้น ปัจจุบันได้พัฒนาการติดต่อได้หลายแบบ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่ม (Trunk Mobile Telephone) หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มพิเศษ (Common Base Mobile Telephone) หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนตัว (Private Mobile Telephone) เป็นต้น

- วิทยุติดตามตัว (Radio Paging) หรือโทรศัพท์ติดตามตัว ผู้ใช้จะมีเครื่องรับ โดยจะถูกเรียกทางเดียวจากผู้เรียกผ่านทางใช้เครื่องโทรศัพท์ส่งข่าวสารส่งทอดสัญญาณวิทยุมายังเครื่องรับสัญญาณเสียงเดียว (Tone or Beep) หรือการรับรู้อย่างอื่น เช่น การสั่นสะเทือน ตัวเลข ตัวอักษร เป็นต้น

- วิทยุกลุ่ม (Packet Radio) เป็นระบบที่นำข่าวสารจากหลายทาง (Multiple Access) มาควบคุมและจัดส่งไปในช่องคลื่นวิทยุเดียวกันแล้วไปแยกข่าวสารปลายทาง ระบบนี้ในปัจจุบันใช้กับโทรศัพท์สาธารณะทางไกลชนบท

- โทรศัพท์ไร้สายขด (Cordless Telephone) เป็นการนำข่าวสารโดยใช้โครงข่ายโทรศัพท์ ใช้หน่วยฐาน (Base Unit) ต่อเข้ากับปลายสายโทรศัพท์ แทนที่จะใช้เครื่องโทรศัพท์หน่วยฐานนั้นนอกจากเป็นเครื่องโทรศัพท์แล้วยังแปลงสัญญาณโทรศัพท์เป็นสัญญาณวิทยุรัศมี 80-100 เมตร ไปยังเครื่องโทรศัพท์ไร้สาย ปัจจุบันได้พัฒนาเป็นโทรศัพท์พกพา (Phonepoint, Second Generation Cordless Telephone : CT-2)

- โทรศัพท์เคลื่อนที่เซลล์ลูลาร์ ^{มือถือ} (Cellular Mobile Telephone) หรือวิทยุโทรศัพท์ (Radio Telephone) เป็นระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบอัตโนมัติที่กำลังนิยมใช้อยู่ในปัจจุบัน

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลล์ลูลาร์

บันทึก พกษามาเมธานันท์ (2533:9) ในระยะแรก ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่สามารถให้บริการเป็นแบบอัตโนมัติได้ ต่อมาเมื่อผู้พัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้เป็นอัตโนมัติ ใช้ร่วมกับชุดสายดิจิตอล เอส พี ซี (Digital Store Program Control)

ชุดสายดิจิตอล เอส พี ซี ได้รับการพัฒนาขึ้นมาใช้งานในปี พ.ศ. 2521 โดยบริษัทเอทีแอนด์ที นำเทคนิควงจรตรรก (Logic Circuit) ที่สลับซับซ้อนมาพัฒนาสารกึ่งตัวนำ สร้างชิ้นส่วนสำคัญ อันได้แก่ ไมโครโปรเซสเซอร์ วงจรสลับสายอิเล็กทรอนิกส์ และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ มาสร้างระบบชุดสายอิเล็กทรอนิกส์ที่สมบูรณ์แบบ

ในปี พ.ศ. 2523 ได้มีผู้นำเทคนิคเซลล์ลูลาร์ มาใช้ร่วมกับชุดสายดิจิตอล เอส พี ซี ทำให้เกิดโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลล์ลูลาร์ (Cellular Mobile Telephone System) โดยกลุ่มประเทศนอร์ดิก เรียกว่า ระบบเอ็น เอ็ม ที (Nordic Mobile Telephone System ; NMTS) ใช้ความถี่ย่าน 450 เมกกะเฮิร์ตซ์ และปี พ.ศ. 2524 กลุ่มประเทศอเมริกาเหนือได้พัฒนาระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ เรียกว่า แอมป์ (Advance Mobile Phone System ; AMPS) ใช้ความถี่ย่าน 800 เมกกะเฮิร์ตซ์ โดยเปิดทดลองใช้ครั้งแรกในเมืองชิคาโกประเทศสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ยังมีกลุ่มประเทศต่าง ๆ ในขณะนั้นพัฒนาระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลล์ลูลาร์มาให้บริการ

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่นำมาให้บริการล้วนใช้เทคนิคเซลล์ลูลาร์ กล่าวคือ แบ่งพื้นที่บริการให้เป็นพื้นที่เล็ก ๆ เรียกว่า เซลล์ (Cell) ส่งสัญญาณความถี่วิทยุด้วยกำลังต่ำ เพื่อป้องกันการรบกวน ทำให้สามารถใช้ความถี่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำความถี่กลับมาใช้ใหม่ได้ (Frequency Reuse) นอกจากนี้ยังใช้เทคนิคที่สำคัญคือ การส่งต่อ (Hand off) และการข้ามเขต (Roaming) ในการสร้างโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

การเลือกกระบวนใช้งานขึ้นอยู่กับเป้าหมาย ปัจจัยด้านเศรษฐศาสตร์วิศวกรรมของระบบและที่สำคัญยิ่ง คือ นโยบายของประเทศ จากการศึกษา องค์การโทรศัพท์ฯ พบว่าระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แบ่งตามเป้าหมายการใช้งานเป็น 2 แบบ คือ ระบบที่ใช้ในเมือง และระบบที่สามารถใช้ได้ทั้งในเมืองและนอกเมือง โดยมีข้อดีและข้อเสียในระดับเดียวกัน บริการในเมืองจะใช้อย่านความถี่ 800 ถึง 900 เมกกะเฮิรตซ์

ตาราง1 ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ที่สำคัญ

ประเทศ	ระบบ	ชื่อย่อระบบ
สหรัฐอเมริกา	Dynamic Adaptive total Area Coverage Advance	DYNATAC
	Mobile Phone System	AMPS
แคนาดา	Automatic Roaming Radio	AURORA
ญี่ปุ่น	NTT s Advance Cellular Telephone System	NACTS
สวีเดน	Nordic Mobile Telephone System	NMTS
ฟินแลนด์	Nordic Mobile Telephone System	NMTS
เดนมาร์ก	Nordic Mobile Telephone System	NMTS
สหราชอาณาจักร	Total Access Communication System	TACS
ฝรั่งเศส	Mobile Automatic Telephone System	MATS

ที่มา : บัณฑิต พกษามะธานนท์, “คมนาคมไร้สาย,” เอกสารประกอบคำบรรยาย(อัดสำเนา),น.22.

ตาราง2 คุณสมบัติทางเทคนิคของโทรศัพท์เคลื่อนที่

รายละเอียดด้านเทคนิค	AMPS/ DYNATAC	TACS	NTT	NMT 450 MHz	NMT 900 MHz
1.ย่านความถี่รับ-ส่ง(MHz)	825-890	890-960	870-940	453-467.5	890-960
-ย่านความถี่รับ(สถานีฐาน)	825-845	890-915	925-940	453-457.5	890-915
-ย่านความถี่ส่ง(สถานีฐาน)	870-890	935-960	970-885	463-467.5	935-960
2.ช่องห่างช่องความถี่(MHz)	45	45	55	10	45
3.ช่องกว้างช่องความถี่ (MHz)	30	25	25	25(20)	25(12.5)
4.จำนวนช่องสัญญาณ	666	1,000	600	180(225)	1,000
5.กำลังส่งสูงสุด					
-สถานีฐาน	45	45	25	50	25
-เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่	3	3	5	15	0.75
6.รัศมีพื้นที่ครอบคลุม (กม.)					
-ใหญ่สุด	25	20	10	50	20
-เล็กสุด	2	1.5	5	5	1.5
7.ความเร็วสัญญาณควบคุม(bit/sec)	10,000	8,000/64 k	300/64 k	1,200	1,200

ที่มา : บัณฑิต พกษามะธานนท์, “คมนาคมไร้สาย,” เอกสารประกอบคำบรรยาย(อัดสำเนา),น.23.

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ให้บริการในประเทศไทยในปัจจุบัน แบ่งย่านความถี่ดังตารางที่ 4

ตาราง 3 ความถี่ที่ใช้และคุณสมบัติทางเทคนิค

รายละเอียด	กสท.		ทศท.	
	เดิม	ใหม่	NMT - 470	NMT - 900
1.แถบความถี่รับ-ส่ง (MHz)	337-359	825-890	479-493.5	890-960
-แถบความถี่รับ (สถานีฐาน)	337-359	825-845	479-483.5	905-915
-แถบความถี่ส่ง (สถานีฐาน)	337-339	870-890	489-493.5	950-960
2.ช่องห่างช่องความถี่รับ-ส่ง (MHz)	20	45(45)	10	45
3.ช่องห่างช่องความถี่ (Khz)	25	25(30)	20	25(12.5)
4.จำนวนช่องสัญญาณ	64	1,000(666)	225	400(800)
5.กำลังส่งสูงสุด (Watts)				
-สถานีฐาน	75	25	50	25
-เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่	25	5	15	1.75

ที่มา : บทความเรื่อง “โทรศัพท์เคลื่อนที่ 470 (The 470 Mobile Telephone)” ในสารสนเทศ หนังสือที่ระลึก
เนื่องในวันสถาปนาองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ครบรอบปีที่ 40, น.60.

ข้อแตกต่างทางเทคนิคที่สำคัญของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ย่านความถี่ จำนวนช่องสัญญาณ และกำลังส่งสูงสุด ซึ่งหมายถึงรัศมีของพื้นที่บริการ ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้ของแตกต่างทางความถี่ มาเป็นชื่อการค้า เช่น เซลลูลาร์ 900, แอมป์ 800 และโทรศัพท์เคลื่อนที่ 470 เป็นต้น สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ 470 ซึ่งองค์การโทรศัพท์ฯ ได้นำระบบ เอ็น เอ็ม ที จากกลุ่มประเทศนอร์ดิกมาพัฒนาใช้ โดยในประเทศไทยใช้ความถี่ย่าน 479.0-493.48 เมกกะเฮิรตซ์ จึงเรียกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ 470 ส่วนกลุ่มประเทศนอร์ดิกใช้ย่านความถี่ 453.0-467.5 เมกกะเฮิรตซ์ จึงเรียกระบบเอ็นเอ็มที 450 (NMT 450)

โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ แบ่งออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

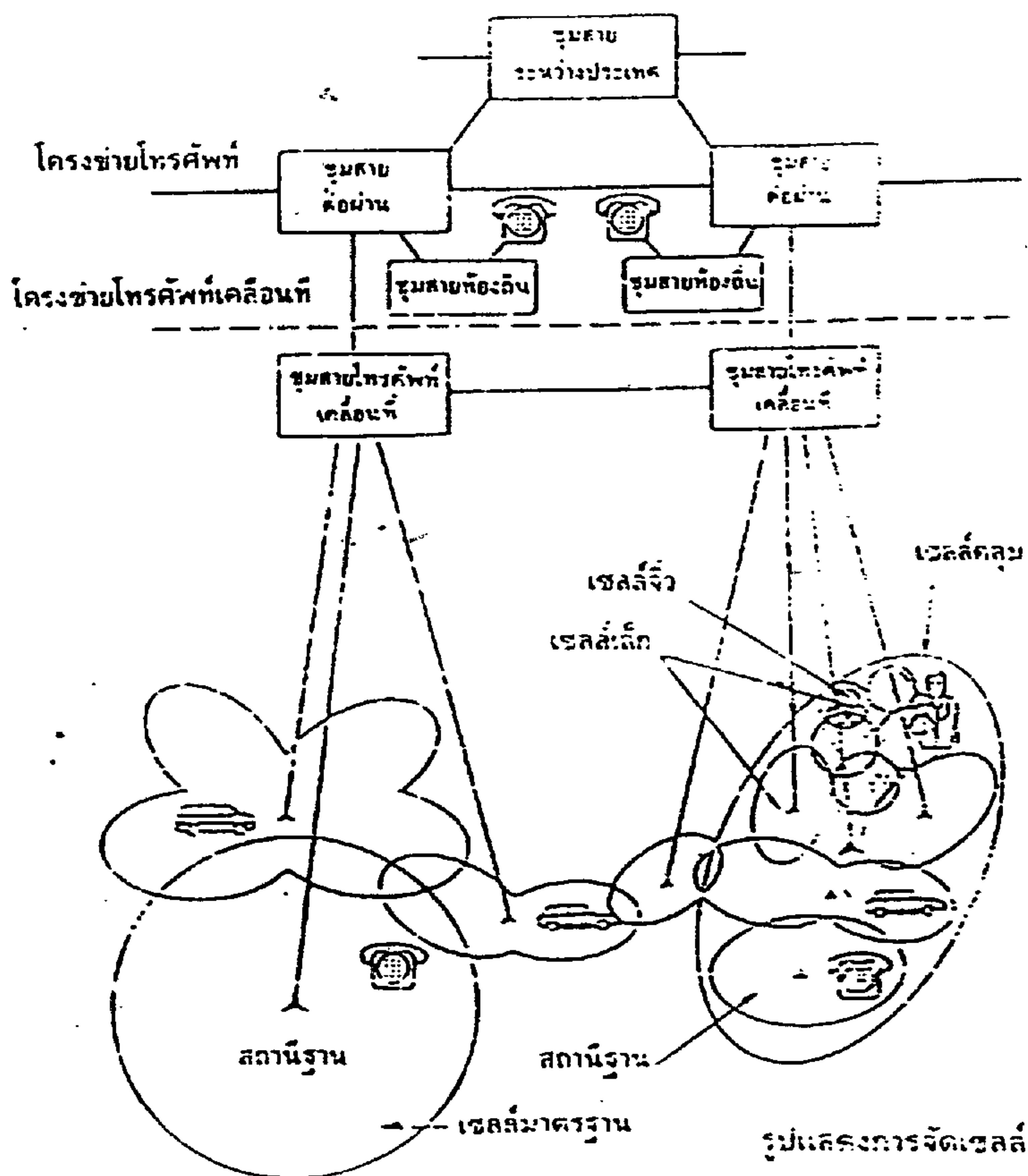
- ชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Telephone Exchange; MTX)
- สถานีฐาน (Radio Base Station; RBS)
- ระบบสื่อสารสัญญาณ (Transmission System)
- เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Telephone; MT)

ชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นศูนย์กลางที่ให้เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ดำเนินการสลับสายต่อให้ผู้เข้าตลอดจนควบคุมระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งประกอบด้วย อุปกรณ์สลับสายและอุปกรณ์ควบคุมระบบ

สถานีฐาน เป็นศูนย์กลางรับ - ส่งสัญญาณวิทยุ และแปลงสัญญาณรับ - ส่งวิทยุ เป็นสัญญาณรับ - ส่งโทรศัพท์กับชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประกอบด้วย อุปกรณ์รับ - ส่งคลื่นวิทยุ อุปกรณ์ควบคุมความถี่ และอุปกรณ์แปลงสัญญาณวิทยุเป็นสัญญาณโทรศัพท์ส่งไปยังชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยผ่านระบบสื่อสารสัญญาณ

ระบบสื่อสารสัญญาณ เป็นส่วนรวบรวมสัญญาณรับ - ส่งโทรศัพท์ ระหว่างชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่กับสถานีฐาน ประกอบด้วย อุปกรณ์มัลติเพล็กซ์ (Multiplex) และอุปกรณ์วิทยุ (ไมโครเวฟ, ยู เอช เอฟ หรือดาวเทียม) หรืออุปกรณ์เคเบิล (เคเบิลทางไกล, เคเบิลพี ซี เอ็ม, เคเบิลโคแอกเชียล หรือเคเบิลใยแสง)

เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ติดต่อโทรศัพท์ ประกอบด้วยอุปกรณ์โทรศัพท์ อุปกรณ์แปลงสัญญาณโทรศัพท์เป็นสัญญาณวิทยุ อุปกรณ์แปลงสัญญาณวิทยุเป็นสัญญาณโทรศัพท์ อุปกรณ์รับ-ส่งวิทยุ และอุปกรณ์ควบคุมอื่น ๆ



ที่มา : บทความเรื่อง "โทรศัพท์เคลื่อนที่ 470 เมกกะเฮิร์ตซ์ (Cellular 470)" ในสารสนเทศ ฉบับพิเศษ วันสถาปนาองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย 24 กุมภาพันธ์ 2535, น.56.

ภาพประกอบ1 โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

คุณสมบัติพิเศษของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์

1. โทรศัพท์จะสามารถใช้งานได้แบบอัตโนมัติ ผู้เข้าสามารถเรียกใช้งานตัวเอง
2. การนำความถี่กลับมาใช้ใหม่ (Frequency Reuse) คือการที่สามารถนำความถี่ที่ใช้ไปแล้วในเซลล์หนึ่งมาใช้ในอีกเซลล์หนึ่งที่อยู่ห่างออกไปได้โดยไม่มีสัญญาณรบกวน
3. การส่งต่อ (Hand off) คือ การที่เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งกำลังติดต่อสนทนากับเครื่องโทรศัพท์อื่นเคลื่อนที่จากเซลล์หนึ่งไปอีกเซลล์หนึ่ง โดยไม่ทำให้การสนทนาขาดช่วง ทำได้โดยการเปรียบเทียบกำลังสัญญาณที่สถานีฐาน เมื่อสถานีฐานได้รับสัญญาณต่ำจนถึงขีดกำหนด จะส่งสัญญาณไปยังชุมสาย ระบบควบคุมของชุมสายจะส่งสัญญาณสอบถามไปยังสถานีฐานอื่น เมื่อพบสถานีฐานได้รับสัญญาณสูงพอก็จะรับสัญญาณนั้นทันที
4. การข้ามเขต (Roaming) คือ การที่เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่หนึ่งสามารถเรียกไปยังเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตพื้นที่ของชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่อื่น โดยระบบควบคุมของชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเครื่องโทรศัพท์ (Home Exchange) นั้น จะส่งสัญญาณไปค้นหาเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น ณ ชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่เยือน (Visit Exchange) เมื่อได้รับสัญญาณตอบรับก็จะต่อวงจรได้ทันที
5. การบริการพิเศษ (Special Services) โทรศัพท์เคลื่อนที่ของเซลลูลาร์สามารถให้บริการพิเศษอื่น ๆ ได้ เช่นเดียวกับชุมสายระบบดิจิทัล เอส พี ซี

ระบบโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ขององค์กรโทรศัพท์ฯ มีลักษณะคล้ายกับโทรศัพท์ธรรมดาที่ใช้กันอยู่ทุกวันนี้ แต่แตกต่างกันที่การพูดคุยทางโทรศัพท์ธรรมดาจะใช้สายต่อเข้ากับชุมสาย แต่โทรศัพท์เคลื่อนที่จะใช้คลื่นวิทยุแทนสาย นอกจากมีชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Telephone Exchange) ทำหน้าที่ควบคุมการติดต่อสื่อสารของระบบทั้งหมดและบันทึกข้อมูลการใช้งานแล้วยังต้องมีสถานีฐาน (Radio Base Station) เพื่อส่งสัญญาณความถี่ของคลื่นวิทยุและแปลงเป็นสัญญาณโทรศัพท์ส่งไปยังชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ในเขตพื้นที่ครอบคลุมที่เรียกว่าเซลล์ (Cell) ซึ่งสามารถออกแบบให้ใช้เซลล์เล็กลงหรือใหญ่ขึ้นได้ และยังสามารถออกแบบให้ใช้ความถี่ซ้ำกันได้โดยไม่มีการสอดแทรกหรือการสูญหายของสัญญาณ

โทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900

โทรศัพท์เคลื่อนที่ 900 หรือเซลลูลาร์ 900 เป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่องค์กรโทรศัพท์ฯ นำมาเสริมบริการเดิมที่มีอยู่แล้วในระบบ 470 เมกกะเฮิร์ตซ์ โดยเปิดให้บริการเมื่อ วันที่ 27 กันยายน 2533 โดยมีเป้าหมายให้บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด มหาชน (เอไอเอส) ในเครือกลุ่มบริษัท ชินวัตรคอมพิวเตอร์ จำกัด ได้รับสัมปทานการให้บริการระบบนี้ เป็นระยะเวลา 20 ปี

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 เป็นระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ทันสมัยระบบหนึ่งโดยใช้คลื่นยูเอชเอฟ ย่านความถี่ 05-960 เมกกะเฮิร์ตซ์ ซึ่งจะให้ความชัดเจนในการติดต่อสื่อสารได้ดี โดยใช้ระบบเอ็นเอ็มที (NMT : Nordic Mobile Telephone) ซึ่งพัฒนาเทคโนโลยีมาจากระบบเอ็นเอ็มที ย่านความถี่ 450 เมกกะเฮิร์ตซ์ (NMT 450) ที่ใช้งานกันอย่างแพร่หลายในกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย แต่ปี พ.ศ.2529 ออกแบบโดยใช้เทคโนโลยีล่าสุดในส่วนของชุมสาย(Digital Exchange)และวิทยุโทรศัพท์ (Radio Telephone) ระบบนี้มีประสิทธิภาพสูงใช้ได้ทั้งในลักษณะติดตั้งอยู่กับที่และเคลื่อนที่ เช่น แบบติดรถยนต์ แบบมือถือตัวเครื่องโทรศัพท์ในระบบนี้มีขนาดเล็กและน้ำหนักเบา เทคโนโลยีของระบบสามารถเพิ่มช่องสัญญาณของสถานีฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยแก้ไขปัญหาการขาดแคลนคู่สายมีการออกแบบระบบประหยัดพลังงานไฟฟ้าให้แก่ตัวเครื่องด้วย

ในอนาคต โทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 สามารถติดต่อได้ทุกสถานที่ไม่ว่าผู้เรียกหรือผู้รับจะอยู่ในสถานที่ใดทั้งในกรุงเทพมหานคร ต่างจังหวัด หรือต่างประเทศ หลักการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ถ้าเป็นการติดต่อระหว่างเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยกัน สามารถกดเลขหมายประจำเครื่อง 7 ตัวได้เลย ถ้าเป็นการติดต่อเรียกจากเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังเครื่องโทรศัพท์ธรรมดา ก็เหมือนกับการใช้โทรศัพท์ทางไกลธรรมดา คือ จะต้องกดรหัสทางไกลก่อน แล้วจึงตามด้วยเลขหมายปลายทางที่ต้องการไม่ว่าจะอยู่ในเขตเดียวกันหรือคนละเขตกับเลขหมายปลายทางนั้น ถ้าเป็นการติดต่อเรียกจากโทรศัพท์ธรรมดาไปยังเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ให้กดรหัสโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ 01 ก่อน แล้วกดเลขหมายประจำเครื่องชุดสายโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 เปิดให้บริการในกรุงเทพมหานครประมาณเดือนตุลาคม 2533 แห่งแรกติดตั้งที่กรุงเทพมหานคร โดยมีสถานีสถาน 10 สถานี ต่อมาเพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจได้ติดตั้งชุดสายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นอีก 5 แห่ง ที่กรุงเทพมหานคร (แห่งที่ 2), ลาดหญ้า, พิษณุโลก, นครราชสีมา และสุราษฎร์ธานี เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการบริการในแต่ละภูมิภาค ต่อมาได้ติดตั้งเพิ่มอีกที่หลักสี่และรามคำแหงรวมเป็น 8 ชุดสาย คือ ชุดสายกรุงเทพมหานคร 1, กรุงเทพมหานคร 2, ลาดหญ้า 1, พิษณุโลก, สุราษฎร์ธานี, นครราชสีมา, หลักสี่ 1 และรามคำแหง 1 เมื่อสิ้นเดือนมิถุนายน 2537 ได้ติดตั้งชุดสายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มอีก 6 ชุดสาย คือ ชุดสายลาดหญ้า 2, หลักสี่ 2, หาดใหญ่, เชียงใหม่, รามคำแหง 2 และชลบุรี และได้ติดตั้งเพิ่มอีก 4 ชุดสาย ในปี 2537 คือ ชุดสายพหลโยธิน, อุดรธานี, นครปฐม และรังสิต การติดตั้งชุดสายใหม่เสริมลงในพื้นที่เดิมช่วยให้มีช่องสัญญาณเพิ่มมากขึ้น จึงโทรเข้าออกได้สะดวกขึ้น ส่วนการติดตั้งชุดสายโทรศัพท์เคลื่อนที่แห่งใหม่ลงในพื้นที่โดยตรงเป็นการลดระยะทางในการส่งข้อมูลติดต่อสื่อสารลง ทำให้สามารถติดต่อภายในพื้นที่ได้รวดเร็วขึ้น

สำหรับการติดตั้งสถานีสถาน มีการติดตั้งเพิ่มเติมทั้งประเทศจากเดิม 316 สถานี เป็น 426 สถานีและเพิ่มอีก 177 สถานี ในปี 2537 รวมสถานีสถานทั้งหมด 603 สถานี ครอบคลุมพื้นที่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 จนถึงเดือน กันยายน 2537 ประมาณ 340,000 ราย

นอกจากนั้น ในขณะนี้ยังมีบริการใหม่ของโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 คือ ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่จีเอสเอ็ม (GSM : Global System for Mobile Communications) ซึ่งให้บริการในระบบดิจิทัล ส่วนของระบบแอนบี 800 ให้บริการในระบบดิจิทัลโดยเรียกว่าระบบพีซีเอ็น (PCN : Personal Communication Network)

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ดิจิทัลจีเอสเอ็ม

ไฟโรจน์ ไวนิชกิจ (2537:116-119) ได้กล่าวถึงโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็มไว้ว่าการเพิ่มจำนวนการใช้ยานความถี่วิทยุที่ค่อนข้างสูงในทวีปยุโรป ทำให้ยานความถี่ถูกใช้ไปอย่างไร้ประสิทธิภาพในการประชุมการบริหารคลื่นวิทยุ (World Administrative Radio Conferences; WARC) ปี พ.ศ. 2522 จึงมีการเสนอให้สงวนย่านความถี่ไว้สำหรับระบบเซลลูลาร์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2525 ที่ประชุมคณะกรรมการจัดการระบบไปรษณีย์และโทรคมนาคมภาคพื้นยุโรป (European Conference of Post and Telecommunication ; CEPT) ได้แต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นมาชุดหนึ่ง เรียกว่า "Group Special Mobile (GSM)" มีหน้าที่ออกแบบระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้สามารถใช้ร่วมกันได้ทั่วทั้งทวีปยุโรป เรียกว่าระบบจีเอสเอ็ม

คณะกรรมการจีเอสเอ็ม มีมติให้จัดตั้งชุดดำเนินงานถาวรขึ้น จึงมีการจัดตั้งคณะดำเนินงานขึ้นที่เมืองปารีส เมื่อปี พ.ศ. 2529 ทำหน้าที่บริหารและปรับปรุงข้อกำหนดต่าง ๆ ของระบบ ต่อมาในปี พ.ศ. 2531 มีการ

สถาปนาสถาบันมาตรฐานโทรคมนาคมแห่งภาคพื้นยุโรป (European Telecommunication Standard Institute; ETSI) ขึ้น โดยสถาบันนี้ได้ทำการจัดวางรายละเอียดทางด้านเทคนิคของระบบไปรษณีย์และโทรคมนาคมในภาคพื้นยุโรป และเป็นกำลังสำคัญในการสร้างมาตรฐานของระบบจีเอสเอ็มให้เป็นไปตามข้อกำหนด

ปลายปี พ.ศ. 2534 มีการเปลี่ยนชื่อคณะกรรมการจีเอสเอ็มเป็น "Specail Mobile Group" หรือ เอสเอ็มจี (SMG) และได้ออกข้อกำหนดสำหรับระบบดีซีเอส 1800 (Digital Cellular System 1800) ตามคำขอของประเทศอังกฤษ ระบบจีเอสเอ็ม (GSM) เองก็เปลี่ยนความหมายไปเป็น "Global System for Mobile Communication" เพื่อสื่อให้เห็นถึงความสามารถในการใช้งานร่วมกันได้ทั่วโลก ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 ได้มีการวางระบบจีเอสเอ็มในเมืองใหญ่ ๆ หลายแห่งในทวีปยุโรปอันเป็นจุดเริ่มต้นของการแพร่หลายระบบดิจิทัลเซลลูลาร์ไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

คุณสมบัติของโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ระบบจีเอสเอ็ม (GSM)

1.ความต้านทานต่อสัญญาณรบกวน สัญญาณที่ส่งแบบดิจิทัลจะถูกเข้ารหัสและถอดรหัสแบบที่ทำให้สามารถตรวจจับข้อมูลที่ผิดพลาดและแก้ไขให้ถูกต้องได้ คุณภาพและประสิทธิภาพของระบบเซลลูลาร์แบบดิจิทัลจึงสูงกว่าระบบอนาล็อก

2.สะดวกในการเพิ่มความจุ ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบอนาล็อกจะใช้ความถี่รับส่ง (Radio Frequency ; RF) หนึ่งคู่ (คู่หนึ่งรับและคู่หนึ่งส่ง) ในการติดต่อระหว่างผู้ใช้บริการแต่ละคนกับสถานีฐาน นั่นคือ อุปกรณ์ (hardware) หนึ่งชุดจะแยกกัน การเพิ่มความจุของระบบต้องเพิ่มทั้งความถี่และอุปกรณ์ จึงเสียเวลาและค่าใช้จ่ายสูง ทั้งลำบากต่อการวางแผนกำหนดความถี่ เพราะย่านความถี่ค่อนข้างแคบ จำนวนการสนทนาถูกกำหนดไว้ด้วยจำนวนความถี่จำนวนหนึ่ง ในช่วงที่มีการใช้โทรศัพท์สูงสุดจึงเกิดภาวะเกินภาระ (over load) ขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการหลายรายไม่สามารถโทรเข้าระบบได้เพราะช่องสัญญาณเต็ม แต่โทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม ใช้ความถี่รับส่งเพียง 1 คู่ สำหรับการสนทนา 8 คู่สายพร้อมกันด้วยระบบทวิสัญญาณเข้าถึงแบบแบ่งเขต (TDMA : Time Division Multi - Access) ทำให้การใช้อย่านความถี่มีประสิทธิภาพสูง และใช้อุปกรณ์เพียง 1 ชุดต่อ 8 คู่สาย ไม่ต้องเพิ่มความจุของระบบบ่อยครั้ง

3.ใช้จุดเชื่อมต่อ (Interface) มาตรฐานระบบจีเอสเอ็ม ใช้การเชื่อมต่อแบบมาตรฐาน ผู้วางระบบสามารถใช้ผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตหลาย ๆ รายได้

4.ระบบรักษาความปลอดภัย ในระบบจีเอสเอ็ม ข้อมูลและสัญญาณควบคุมต่าง ๆ จะถูกเข้ารหัส (Encode) และดัดแปลง (Cipher) ด้วยข้อบังคับ (Alghorithm) พิเศษที่ต่างกันไปในแต่ละเครื่องก่อนส่ง และถูกถอดรหัส (decode) ที่เครื่องปลายทาง เรียกว่า กระบวนการแสดงความจริง (Authentication Process) จึงป้องกันการลักลอบดักฟังได้

5.การย้ายข้ามเซลล์อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยโทรศัพท์จะวัดความแรงของสัญญาณจากเซลล์ข้างเคียง และวัดคุณภาพของช่องความถี่ที่ใช้งานไปพร้อมกับที่สถานีฐาน

6.ระบบซิมการ์ด หมายเลขผู้ใช้บริการและหมายเลขประจำเครื่องโทรศัพท์ในระบบจีเอสเอ็มจะแยกจากกัน โดยหมายเลขผู้ใช้บริการถูกเก็บในรูปของสมาร์ทการ์ด (Smart Card) ผู้ใช้บริการเพียงแต่พกซิมการ์ดไว้ก็สามารถนำไปใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องอื่น หรืออุปกรณ์อื่น ๆ เช่น เครื่องโทรสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ได้ โดยการเสียบซิมการ์ดเข้าไป ผู้ที่เดินทางไปต่างประเทศสามารถเช่าเครื่องโทรศัพท์แบบจีเอสเอ็ม แล้วเสียบซิมการ์ดเข้าไปก็สามารถใช้ได้

7.ความเข้ากันได้ (Compatible) กับระบบโครงข่ายบริการสื่อสารร่วมระบบดิจิทัล (Integrated Services Digital Network ; ISDN) โครงข่ายบริการสื่อสารร่วมระบบดิจิทัลหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า ระบบไอเอสดีเอ็น เป็นเครือข่ายโทรคมนาคมใหม่ที่ถูกออกแบบมาเพื่อส่งเสียงพูด (voice) ข้อมูล (data) และภาพไปตามสายโทรศัพท์ โดยใช้สัญญาณระบบดิจิทัล ลักษณะของการบริการคือ ในคู่สายโทรศัพท์ 1 คู่สายสามารถต่ออุปกรณ์การติดต่อทางโทรคมนาคมได้ถึง 8 ชนิด เช่น เครื่องโทรศัพท์ เครื่องโทรศัพท์ภาพ เครื่องโทรสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ บริการเคเบิลทีวี โดยที่อุปกรณ์เหล่านี้สามารถใช้บริการดังกล่าวพร้อมกัน 2 เครื่องในเวลาเดียวกันได้ เครือข่ายของจีเอสเอ็ม ซึ่งได้รับการออกแบบมาเป็นระบบดิจิทัล จึงสามารถทำงานร่วมกันได้กับระบบโครงข่ายบริการสื่อสารร่วมระบบดิจิทัล แต่ระบบจีเอสเอ็มสามารถส่งข้อมูลได้ด้วยความเร็วสูงสุดเพียง 9.6 กิโลบิตต่อวินาที เท่านั้น ในขณะที่ระบบโครงข่ายบริการสื่อสารร่วมระบบดิจิทัล สามารถส่งข้อมูลได้ด้วยความเร็วพื้นฐาน (Basic Access) 64 กิโลบิตต่อวินาที และความเร็วปฐม (Primary Access) 2.048 เมกกะบิตต่อวินาที

8.พัฒนาการทางด้านให้บริการ ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม มีแนวโน้มในการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบสูงกว่าระบบอนาล็อก

9.บริการด้านเสียงพูด บริการพื้นฐานของจีเอสเอ็มที่เปิดให้บริการในทุกประเทศ คือ

- บริการโทรศัพท์ ให้บริการโทรศัพท์ดังเช่นเครื่องโทรศัพท์ทั่วไป
- เลขหมายฉุกเฉิน จีเอสเอ็มใช้หมายเลข 112 เป็นหมายเลขฉุกเฉินนานาชาติ
- บริการรับฝากข้อความ จีเอสเอ็มให้บริการรับฝากข้อความโดยศูนย์บริการกลาง

10.บริการด้านข้อมูล ผู้ใช้บริการสามารถส่งแฟ้มข้อมูล แฟ้มภาพ ข้อความต่าง ๆ และโทรสารผ่านทางเครือข่ายจีเอสเอ็ม โดยสามารถส่งข้อมูลด้วยความเร็ว 1.2 กิโลบิตต่อวินาที, 2.4 กิโลบิตต่อวินาที และ 9.6 กิโลบิตต่อวินาที นอกจากนี้ ยังสนับสนุนบริการพิเศษต่าง ๆ เช่น วีดีโอเท็กซ์ (Videotext) เทเลเท็กซ์ (Teletext)

กล่าวโดยสรุปคือ เมื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 พัฒนาเข้าสู่ระบบจีเอสเอ็ม ซึ่งสามารถให้บริการในระบบดิจิทัลได้ ขุมสายจะมีขนาดเล็กลง เครื่องโทรศัพท์ขนาดเล็กลงและมีน้ำหนักเบา ระบบเสียงดีขึ้น มีความชัดเจนขึ้น ใช้กำลังไฟน้อยลง สามารถใช้ช่องความถี่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถให้บริการพิเศษอื่น ๆ และบริการโทร (Teleservice) ได้

ประเภทและลักษณะของโทรศัพท์เคลื่อนที่

โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถจำแนกตามประเภทการจัดทะเบียน

1. โทรศัพท์ประเภทจดทะเบียนเลขหมาย (Non-prepaid) คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ให้บริการจะต้องจัดเตรียมสำเนาบัตรประชาชน และสำเนาทะเบียนบ้านเพื่อประกอบการจดทะเบียนเลขหมาย และชำระค่าจดทะเบียนค่ามัดจำเลขหมาย นอกจากนี้ทุกๆ เดือน ผู้ใช้บริการจะได้รับใบแจ้งค่าใช้บริการ ซึ่งจะประกอบด้วยค่าบริการรายเดือน ค่าใช้บริการโทรพื้นที่เดียวกัน และค่าบริการโทรต่างประเทศ ทั้งนี้อัตราค่าบริการรายเดือนจะเริ่มที่อัตรา 300 และ 500 บาทขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ให้บริการ ค่าบริการโทรพื้นที่เดียวกันนาทีละ 3 บาท และค่าบริการโทรต่างประเทศนาทีละ 8 และ 12 บาท ซึ่งบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบนี้ มีชื่อเรียกระบบที่หลากหลายตามบริษัท ผู้ให้บริการดังนี้

ตาราง4 ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทจดทะเบียนเลขหมาย (Non-prepaid)

ระบบ	ผู้ให้บริการ
ระบบเอ็นเอ็มที ความถี่ 900 เมกะเฮิร์ต ✕	บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด
ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม 2 วัตต์	บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด
ระบบ แอมป์ 800	~~บริษัท โทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด~~
ระบบดิจิตอล 1800	บริษัท โทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด

2. โทรศัพท์ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมาย (Prepaid) คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบใหม่ที่ไม่ต้องจดทะเบียนเลขหมาย ไม่ต้องเสียค่ามัดจำเลขหมาย ไม่ต้องจ่ายค่าบริการรายเดือน ไม่มีบิลเรียกเก็บเงิน สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายด้วยตัวเอง สำหรับการใช้งานผู้ใช้บริการจะต้องเติมเงินลงในระบบ และจะสามารถใช้งานได้ภายใน 3 นาที

อัตราค่าใช้บริการ : ค่าบริการโทรในเขตพื้นที่ นาทิละ 5 บาท

ค่าบริการโทรต่างพื้นที่ นาทิละ 5-8 บาท

ค่าบริการเสริม นาทิละ 4 บาท

วิธีการใช้งาน :

1. ใส่ซิมการ์ดลงในเครื่อง

2. เสียบปลั๊กชาร์จและเปิดเครื่อง

3. กดโทรเข้าสู่ระบบ โดยกดหมายเลขที่ผู้ให้บริการระบุไว้ เพื่อนำเงินเติมเข้า

ระบบ

ตาราง5 ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมาย (Prepaid)

ระบบ	เครือข่าย
ระบบวันทูคอล	ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม 2 วัตต์
ระบบ Dprompt	ระบบดิจิตอล 1800

โทรศัพท์ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมาย สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

ระบบ 300 talk
ดิจิตอล 1800

2.1 ชุดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ^{พร้อมเบอร์} Phone Kit เหมาะสำหรับผู้ที่ยังไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือบุคคลที่ต้องการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งชุดโทรศัพท์เคลื่อนที่ Phone Kit จะประกอบด้วย

2.1.1 เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่

2.1.2 แบตเตอรี่ 1 ก้อน พร้อมอุปกรณ์ชาร์จไฟ

2.1.3 บัตรประจำตัวผู้ใช้บริการ (SIM CARD)

2.1.4 หมายเลขโทรศัพท์ รหัสส่วนตัว และรหัสปลดล็อค

2.1.5 คู่มือการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่

2.1.6 คู่มือการใช้งานระบบ

2.1.7 ใบรับประกันสินค้า

10

2.2 ชุด Starter Kit เหมาะสำหรับผู้ให้บริการที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่แล้ว หรือผู้ให้บริการที่ยกเลิกการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทจดทะเบียนเลขหมายไปแล้ว แต่ยังมีเครื่องโทรศัพท์อยู่และมีความต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ชุด Starter Kit ประกอบด้วย

2.2.1 บัตรประจำตัวผู้ให้บริการ (SIM CARD)

2.2.2 หมายเลขโทรศัพท์ รหัสส่วนตัว และรหัสปลดล็อก

2.2.3 คู่มือการใช้งานระบบ

2.2.4 ใบรับประกันสินค้า

2.3 บัตรเติมเงิน คือ บัตรเพิ่มวงเงิน และต่ออายุการใช้งานของโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมาย ซึ่งจะมีช่วงเวลาในการใช้งาน

แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมาย

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 ให้ความหมายคำว่าทัศนคติว่าแนวความคิดเห็นซึ่งเป็นคำสมาสระหว่างคำว่า ทัศนะแปลว่าความเห็นกับคำว่าคติซึ่งแปลว่าแบบอย่างหรือลักษณะเมื่อรวมกันเข้าจึงแปลว่าลักษณะของความเห็นซึ่งหมายถึงความรู้สึกส่วนตัวที่เห็นด้วยต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

New-Comb (1954:128) กล่าวว่าไว้ว่าทัศนคติซึ่งมีอยู่เฉพาะในบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมอาจแสดงออกในพฤติกรรมซึ่งเป็นได้ทั้งสองลักษณะคือ ลักษณะชอบหรือพึงพอใจซึ่งทำใหบุคคลอื่นเกิดความพอใจ รักใคร่ อยากใกล้ชิดสิ่งนั้นๆ หรืออีกลักษณะหนึ่งแสดงออกในรูปของความไม่พอใจเกลียดชังไม่อยากจะใกล้ชิดสิ่งนั้น

Hillgard (1962:132) ให้ความหมายว่า ทัศนคติหมายถึงความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะหนึ่งต่อความคิดหรือสภาพการณ์ใดๆ ในทางเข้าหรือหนีออกห่าง และเป็นความพร้อมที่จะตอบสนองในทางเอนเอียงไปในลักษณะเดิมเมื่อได้พบกับสิ่งใดที่ได้กล่าวนั้น

กู๊ด(Good.1973:48) ให้ความหมายว่า ทัศนคติหมายถึงความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง อาจจะเป็นการยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ต่อสภาพการณ์บางอย่างต่อบุคคลหรือสิ่งของเช่นความพึงพอใจ

ซูซีพ อ่อนโลกสูง (2540:6) ให้ความหมายว่า ทัศนคติคือความพร้อมที่จะตอบสนองหรือแสดงความรู้สึกต่อวัตถุ สิ่งของ สัมผัสอื่นๆ ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งความรู้สึกหรือการตอบสนองดังกล่าวอาจเป็นไปในทางชอบ (เข้าไปหา) หรือไม่ชอบ (หลีกเลี่ยงถอยหนี)

ดวงเดือน พัทธมาวิน (2540:6-7) ให้ความหมายว่า ทัศนคติหรือเจตคติเป็นลักษณะทางจิตใจของบุคคลที่นักวิชาการเชื่อว่ามี ความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลนั้นมากกว่าจิตลักษณะประเภทอื่นๆ

วินัย รังสินันท์ (2536:549) ให้ความหมายว่า ทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลย่อมเป็นเครื่องแสดงว่าเขา มีความรู้ทางด้านที่ดีหรือไม่ดีเกี่ยวกับสิ่งนั้นมากน้อยเพียงใด และเขามีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบสิ่งนั้นเพียงใด ทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดจึงเป็นเครื่องทำนายว่าบุคคลนั้นจะมีการกระทำต่อสิ่งนั้นไปในทำนองใดด้วย

ประมวล มุ่งมาตร (2537:9) ให้ความหมายว่า ทัศนคติคือความรู้สึกความคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นผลมาจากประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อม ความรู้สึกหรือความคิดดังกล่าวเป็นไปได้ในทางชอบ-ไม่ชอบ เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย อันมีแนวโน้มที่จะให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาและกระทำต่อสิ่งนั้น ๆ ทั้งในทางสนับสนุนและต่อต้าน

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2536:1) ให้ความหมายว่า ทศนคติเป็นความเชื่อความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำสถานการณ์ และ อื่น ๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออกที่บ่งถึงสภาพของจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ทวยเทพ ราชภัฏเจริญสุข (เกษศิณี ลำโรง.2540:8) ให้ความหมายว่า ทศนคติคือความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม อันเป็นแนวโน้มที่จะให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาและการกระทำต่อสิ่งนั้น ๆ ในลักษณะสนับสนุนหรือปฏิเสธทศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ไม่ใช่สิ่งติดตัวมาแต่กำเนิด

จากความหมายดังกล่าวพอสรุปได้ว่า ทศนคติ หมายถึง แนวความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยแนวความคิดนั้นเป็นผลมาจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์เดิมนำมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่มีค่ากับสิ่งที่พบแล้ว กำหนดผลของการประเมินออกมาซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามประสบการณ์ที่เพิ่มมากขึ้นหรือสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

คุณลักษณะของทศนคติ

สุรางค์ ไคว้ตระกูล (2533:246-247) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของทศนคติไว้ 6 ประการคือ

1. ทศนคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้
2. ทศนคติเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลกล้าเผชิญกับสิ่งเร้าหรือหลีกเลี่ยง
3. ทศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 อย่างคือ องค์ประกอบเชิงความรู้สึกอารมณ์ (Affective Component) องค์ประกอบเชิงปัญญา (Cognitive Component) องค์ประกอบเชิงพฤติกรรม (Behavior Component)
4. ทศนคติเปลี่ยนแปลงได้ง่าย อาจเปลี่ยนจากบวกเป็นลบหรือลบเป็นบวกบางครั้งอาจเปลี่ยนแปลงความเข้มข้น (Intensity) หรือความมากน้อย ทศนคติบางอย่างอาจหยุดเลิกไปได้
5. ทศนคติเปลี่ยนแปลงไปตามชุมชนที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกเนื่องจากชุมชนนั้นอาจมีอุดมการณ์พิเศษเฉพาะที่เป็นค่านิยมในกรณีที่ต้องการเปลี่ยนทศนคติจะต้องเปลี่ยนค่านิยม
6. สังคมประกิต (Socialization) มีความสำคัญต่อการพัฒนาทศนคติของเด็กโดยเฉพาะทศนคติต่อความคิดและหลักการที่เป็นนามธรรม อุดมคติ เช่น ทศนคติต่อเสรีภาพในการพูดเขียน เด็กที่มาจากครอบครัวที่มีสภาพเศรษฐกิจสูงจะมีทศนคติบวกสูงสุด (Zellman&Sear,1971)

จากคุณลักษณะของทศนคติที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าทศนคติเป็นสิ่งที่บุคคลได้มาจากการเรียนรู้โดยมีสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ (Naturalization) เป็นปัจจัยสำคัญ ทศนคติจึงเป็นประสบการณ์การเรียนรู้ที่บุคคลจะใช้เชื่อมโยงอารมณ์ ความรู้ ปัญญา และ พฤติกรรมของตน เพื่อนำมาทำต่อเป้าหมายหรือสิ่งที่ตนพบ อิทธิพลของการตีความต่างอาจถูกหรือผิดก็ได้เพราะความเชื่อนี้เกิดจากประสบการณ์เฉพาะตน

องค์ประกอบของทศนคติ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526:18) กล่าวว่าทศนคติเป็นการแสดงออกของความเชื่อว่าอะไรถูก อะไรผิด ชอบหรือไม่ชอบ ยอมรับหรือปฏิเสธ การแสดงออกดังกล่าวมีองค์ประกอบ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความคิดความเข้าใจ (The Cognitive Component) จะแสดงออกในเรื่องอะไรถูกอะไรผิด
2. องค์ประกอบด้านท่าทีความรู้สึก (Affective Component) เป็นส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ความรู้สึกซึ่งจะเป็นตัวเร้าความคิดอีกต่อหนึ่ง

3.องค์ประกอบทางด้านการปฏิบัติ (Behavior Component) เป็นองค์ประกอบที่มีแนวโน้มทางปฏิบัติทำให้มีการแสดงออกทางพฤติกรรม

หลักการวัดทัศนคติ

ไพศาล หวังพานิช (2540:15) การวัดทัศนคติมีความยุ่งยากเพราะเป็นการวัดคุณลักษณะภายในของบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกแต่อย่างไรก็ตามทัศนคติของบุคคลสามารถวัดได้โดยอาศัยหลักการสำคัญดังนี้

1.ยอมรับข้อตกลงเบื้องต้น (Basic Assumption) เกี่ยวกับการวัดทัศนคติหมายความว่าถึงความคิดเห็นความรู้สึกของบุคคลนั้นจะมีลักษณะคงที่อยู่ช่วงเวลาหนึ่งนั้นคือไม่เปลี่ยนแปลงทำให้เราสามารถวัดได้

2.การวัดทัศนคติด้วยวิธีใดก็ตามจะมีองค์ประกอบ 3 อย่างคือ ตัวบุคคล สิ่งเร้าและการตอบสนองดังนั้นสิ่งเร้าเป็นองค์ประกอบในการวัดทัศนคติให้รู้สึกคล้อยตามหรือคัดค้าน

3.สิ่งเร้าที่นำไปใช้เร้า เพื่อให้บุคคลแสดงทัศนคติต่อสิ่งใดออกมาคือข้อความวัดทัศนคติ (Attitude Statements) ซึ่งเป็นสิ่งเร้าทางภาษาที่ใช้อธิบายคุณค่า คุณลักษณะของสิ่งนั้นเพื่อให้บุคคลตอบออกมาเป็นความรู้สึก (Scale) เช่น มาก ปานกลาง น้อย เป็นต้น

4.การวัดทัศนคติเพื่อทราบทิศทางความรู้สึกของบุคคลนั้นเป็นการสรุปผลจากการตอบสนองของบุคคลจากรายละเอียดหรือแง่มุมต่าง ๆ ดังนั้นการวัดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องใดจะต้องพยายามถามถึงคุณค่าของเรื่องนั้นออกมาเพื่อให้ได้ผลเป็นจริงมากที่สุด

5.การวัดทัศนคติต้องคำนึงถึงความเที่ยงตรง (Validity) ของผลการวัดเป็นพิเศษกล่าวคือต้องพยายามให้ผลการวัดตรงกับความจริงของบุคคลทั้งในแง่ทิศทางและระดับหรือช่วงของทัศนคติ

✖ การสร้างมาตรวัดทัศนคติ

ในที่นี้จะพิจารณาการสร้างมาตรวัดทัศนคติแบบลิเคิร์ต (Likert,1923) ซึ่งเป็นที่นิยม และในการวิจัยครั้งนี้ก็ได้นำมาใช้ด้วย

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (อ้างในเกษศิณี สำโรง 2540:16) ได้สรุปไว้ดังนี้

1.ต้องมีการประเมิน (Evaluation) หมายถึงชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับสิ่งนั้นผู้ประเมินต้องอาศัยประสบการณ์ในเรื่องนั้นเป็นพื้นฐานการประเมิน

2.ระดับการประเมิน (Degree of Favorable) คือระดับมากน้อยของความชอบไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

ดังนั้นการสร้างคำถามวัดทัศนคติตามแนวคิดนี้แต่ละข้อจะกล่าวถึงส่วนดีและส่วนเสียของสิ่งนั้นและให้ผู้ตอบประเมินเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยมากน้อยเพียงใดในคำถามแต่ละข้อที่เกี่ยวกับระดับประเมิน Guilford (Guilford,1954 เกษศิณี สำโรง.2540:17) ได้กล่าวถึงความเชื่อถือได้ (Reliability) ของมาตรวัดว่าจะเพิ่มขึ้นตามจำนวนระดับที่ใช้โดยจะเพิ่มมากตอนต้นจนกระทั่งถึง 5 ระดับแล้วจะค่อย ๆ ลดลงเมื่อระดับการประเมินใกล้ 7 ขึ้นและจะเพิ่มอีกครั้งเมื่อถึงระดับ 11 ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งโดยให้คะแนน 5,4,3,2,1 สำหรับประโยคคำถามเชิงบวก (Positive Item) และคะแนน 1,2,3,4,5 สำหรับประโยคคำถามเชิงลบ (Negative Item)

กระบวนการเปลี่ยนทัศนคติ

Mcguire (1969) ได้วิเคราะห์กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไว้ 5 ประการ

- 1.การเอาใจใส่ (Attention)
- 2.ความเข้าใจ (Comprehension)
- 3.การยอมรับ (Yielding) มีสามแบบคือ การยอมตาม (Compliance) เป็นการยอมรับการชักจูงเพื่อหวังรางวัล,การเลียนแบบเทียบเคียง (Internalization) เป็นการยอมรับเพื่อผลประโยชน์ที่จะได้รับ
- 4.ความจำ (Retention)
- 5.การกระทำ (Action)

แนวความคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Users & Gratification Theory)

ทฤษฎีที่ใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้รับสาร โดยพยายามอธิบายว่ามนุษย์ใช้สื่อต่างๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนและสนองความต้องการของสังคมอย่างไร (William, Fredeerick 1984:80) ทฤษฎีนี้มีแนวคิดที่ว่าผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนโดยเกิดจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้สื่ออันมีพื้นฐานมาจากความต้องการ 5 ประการของมาสโลว์ (Maslow)

ความต้องการพื้นฐาน 5 ประการ หรือลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of needs) ตามที่มาสโลว์กล่าวไว้ประกอบด้วย (สุโขทัยธรรมมาธิราช 2532:196-198)

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นแรกของมนุษย์ เพื่อให้มีชีวิตที่อยู่รอดต่อไป เช่น ต้องการน้ำ อาหาร ที่อยู่อาศัย
2. ความต้องการด้านความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety and security Needs) เป็นความต้องการที่จะให้ตนเองปลอดภัยจากอันตรายจากสภาพแวดล้อมภายนอกและโรคภัยไข้เจ็บ หลังจากที่มีมนุษย์ได้ความต้องการในขั้นแรกแล้ว และเริ่มแสวงหาสถานที่ซึ่งให้ความปลอดภัยกับตนได้
3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) หรือต้องการความรักและความเป็นพวกเดียวกัน (Love and Belonginess Needs) มนุษย์เป็นสัตว์สังคม ต้องการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มเป็นสังคม ต้องการความรักความอบอุ่น การยอมรับ เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างสมบูรณ์
4. ความต้องการด้านเกียรติยศหรือการรู้จักคุณค่าของตน (Self-Esteem Needs) เมื่อมนุษย์อยู่ร่วมกันในสังคมแล้ว นอกจากการมีส่วนร่วมในสังคมแล้ว ยังต้องการให้ผู้อื่นยกย่องว่ามีความรู้ ความสามารถ มีคุณค่า ต้องการได้รับเกียรติ ชื่อเสียงและการยกย่องจากสังคม
5. ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization) เมื่อมนุษย์เข้ามารวมกลุ่มกันเป็นสังคมจะพยายามพัฒนาตนเองตลอดเวลา เพื่อให้สามารถประสบความสำเร็จในชีวิตตามที่ตั้งเป้าหมายเอาไว้

โดยอาจอธิบายได้ว่า นอกจากความต้องการพื้นฐาน 5 ประการตามที่มาสโลว์กล่าวไว้แล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการที่จะสื่อสารกับเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ต้องการรู้ต้องการเห็น ต้องการแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตน ความต้องการที่จะรู้เป็นแรงผลักดันให้มนุษย์เรียนรู้จากการอยู่ภายในสังคม นอกจากนั้นแล้วมนุษย์แต่ละคนมีกระบวนการเรียนรู้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันในการหล่อหลอมความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก

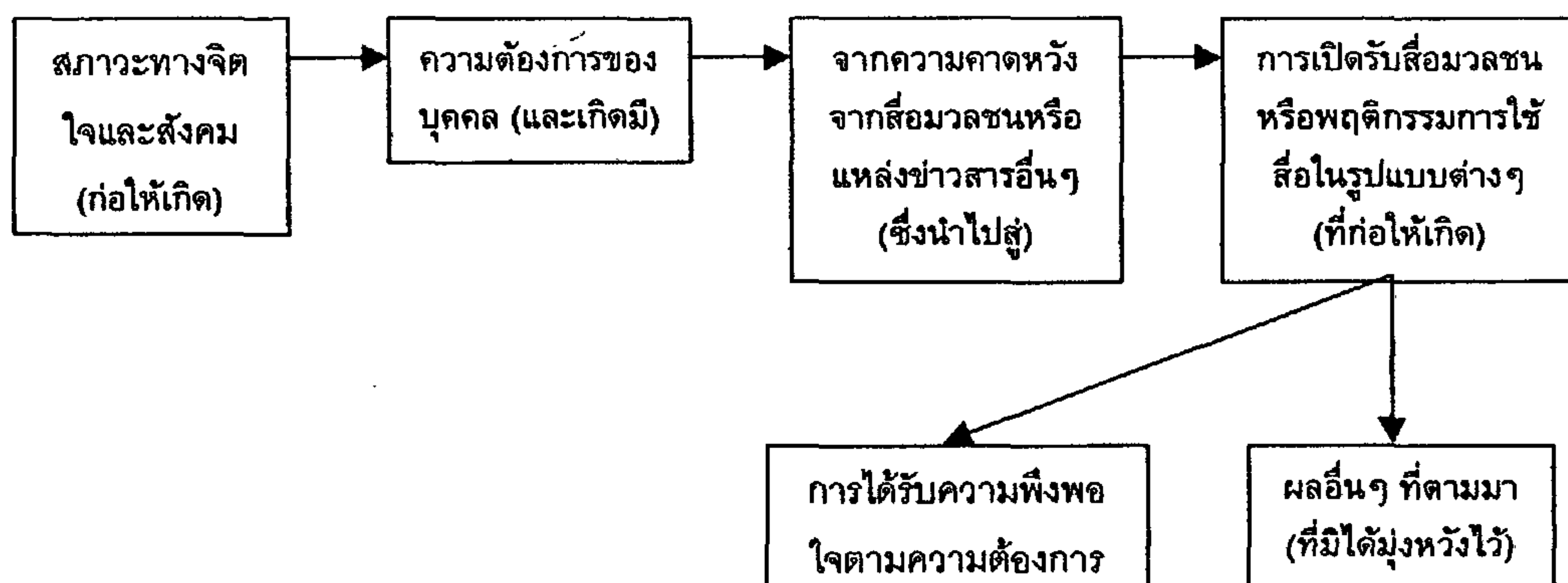
และความต้องการ ในขณะเดียวกัน สภาพการณ์ต่างๆ ทางสังคม จะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลต้องเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ที่มีอยู่รอบตัว แนวการศึกษา (approach) ของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จึงเน้นถึงผู้รับสาร หรือผู้ใช้สื่อและใช้หลักหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functional Media) ศึกษาว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ และได้รับความพึงพอใจจากการตอบสนองความต้องการนั้นๆ

เบอร์เกอร์ (Berger) ได้สรุปความพึงพอใจจากสื่อในการตอบสนองความต้องการไว้ว่า เพื่อความสนุกสนาน เพื่อสอนลักษณะท่าทาง ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น สอนประสบการณ์ สอนการอยู่ร่วมกันของสมาชิกในชุมชนสนองความพึงพอใจในการอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับข่าวสารต่างๆ การสร้างอารมณ์ต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดการเลียนแบบเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อด้านพฤติกรรม สอนให้เกิดความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ ฯลฯ (Author Asa Berger. 1982 : 98)

แคทซ์และคณะ (Katz and others. 1974 : 20) ได้ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ เอธิบายการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ โดยอาศัยแนวการศึกษา (approach) ที่ว่า

(1) สภาพแวดล้อมทางสังคมและจิตวิทยา ทำให้เกิด (2) ความต้องการ ซึ่งทำให้มี (3) ความคาดหวังใน (4) สื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ ซึ่งนำไปสู่ (5) การเปิดรับสื่อมวลชนหรือสื่ออื่นในรูปแบบต่างๆ กันเป็นผลให้ (6) ได้รับความพึงพอใจและความต้องการและ (7) ผลอื่นๆ ที่เกิดขึ้นตามมา โดยที่อาจจะไม่ได้มุ่งหวังไว้

โดยแคทซ์และคณะ ได้สร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ ไว้ดังนี้



ที่มา : สุทัยธรรมธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขานิเทศศาสตร์, เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร
หน่วยที่9-15, น.635.

ภาพประกอบ2 แบบจำลองเพื่ออธิบายถึงการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ (1)

ตามแนวคิดของแคทซ์และคณะได้สรุปบทบาทของสังคมในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลไว้ว่า (Katz and others. 1974 : 27)

1. บุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่างๆ โดยการบริโภคสื่อมวลชน
2. สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างให้ปัจเจกบุคคลต้องตระหนักถึงปัญหา จึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ
3. โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจ ความต้องการจากสถานการณ์ทางสังคมมีน้อยมาก ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นตัวเสริมหรือทดแทนบริการต่างๆ ที่ขาดหายไปจากสังคม
4. การบริโภคข่าวสารจากสื่อ ทำให้สอดคล้องกับค่านิยมการเป็นสมาชิก และการเสริมสร้างความเชื่อของสังคม
5. สถานการณ์ทางสังคมจัดขอบเขตของความคาดหวัง ความคล้ายคลึงกัน การเปิดรับสื่อมวลชนจึงเป็นตัวสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของกลุ่มในสังคม

ทั้งนี้ ทฤษฎีนี้มีแนวคิดว่าสภาพทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันทำให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไปและความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละบุคคลคาดหวังหรือคาดหวังจะเสนอแต่ละประเภทที่จะสนองตอบความพึงพอใจ ได้ต่างกันออกไปลักษณะการใช้สื่อของบุคคลจึงแตกต่างกันออกไปความพอใจที่จะได้รับจากสื่อจึงแตกต่างกันออกไปด้วย โดยข้อตกลงเบื้องต้นในการศึกษาตามแนวคิดนี้ คือ (Palmgreen and others. 1985:14)

1. ผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร กระตือรือร้น
2. การใช้สื่อมีเป้าหมายโดยตรง
3. สื่อแต่ละชนิดจะมีการแข่งขันกันในการตอบสนองความพึงพอใจ
4. ลักษณะต่างๆ ของผู้รับสารจะเชื่อมโยงความต้องการกับโอกาสในการเปิดรับสื่อ
5. การบริโภคสื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจในระดับต่างๆ
6. เนื้อหาของสื่ออาจจะไม่สามารถทำนายรูปแบบของความพึงพอใจ ได้ถูกต้องสมบูรณ์เสมอไป
7. ลักษณะโครงสร้างพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมของสื่ออาจจะทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกันในช่วงเวลาหรือสถานการณ์

8. ความพึงพอใจที่ได้รับมีจุดเริ่มต้นมาจากการเปิดรับสื่อ เนื้อหาของสื่อ หรือสถานการณ์ทางสังคม ซึ่งมีส่วนให้เกิดพฤติกรรม的开รับสื่อขึ้น ในการเลือกรับหรือใช้สื่อ มีแรงผลักดันที่เป็นปัจจัยพื้นฐานมาจาก (Merrill and others. 1971:134-135)

1. ความเหงา คนเราไม่ชอบอยู่โดดเดี่ยวตามลำพังเนื่องจากจะเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว ไม่อยากถูกเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มสังสรรค์กันเท่าที่โอกาสอำนวย หากไม่สามารถติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่นได้โดยตรง การอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสารเป็นสิ่งที่ดีที่สุดและความจริงบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าบุคคลอื่นด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาซึ่งไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือการกดดันทางสังคมแก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น อยากรู้อยากเห็นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญประการหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ตามปกติ มนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นจากทั้งสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุดจนถึงที่อยู่ไกลตัวที่สุด และสิ่งที่สามารถสนองความอยากรู้อยากเห็นที่เกิดจากวัตถุ สิ่งของ ความ

คิด หรือการกระทำของเพื่อนบ้านหรือเพื่อนร่วมโลก รวมทั้งสิ่งต่างๆ นอกเหนือจากที่เกิดขึ้นใกล้ตัวคงไม่มีอะไรดีไปกว่าสื่อมวลชน ทั้งนี้ มิใช่เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นนั้นมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นทั้งกับตัวเองและผู้อื่น

3. ประโยชน์ใช้สอยกับตนเอง (Self-aggrandizement) โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นคนเห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้เสริมบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ได้เสริมบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ช่วยให้ตนได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งเพื่อให้ได้ข่าวสารที่ทำให้เกิดความสนุกสนาน บันเทิง ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติ ทางการจรรโลงใจหรือด้านความคิด จะสามารถหาได้จากสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่

มีการวิจัยถึงเหตุผลของบุคคลในการใช้สื่อต่างๆ เพื่อสนองความพึงพอใจของตนไว้ โดยสามารถแบ่งได้ 6 ข้อ ดังนี้ (McCombs and others. 1979:51-52)

1. เพื่อสังเกตและติดตามเหตุการณ์ (Surveillance) คนให้ความสนใจติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อทราบเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนโลก และเพื่อทราบว่าอะไรมีความสำคัญที่ควรทราบ

2. ช่วยในการตัดสินใจ (Decision) สื่อมวลชนช่วยในการตัดสินใจ และสร้างความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ รอบๆ ตัว

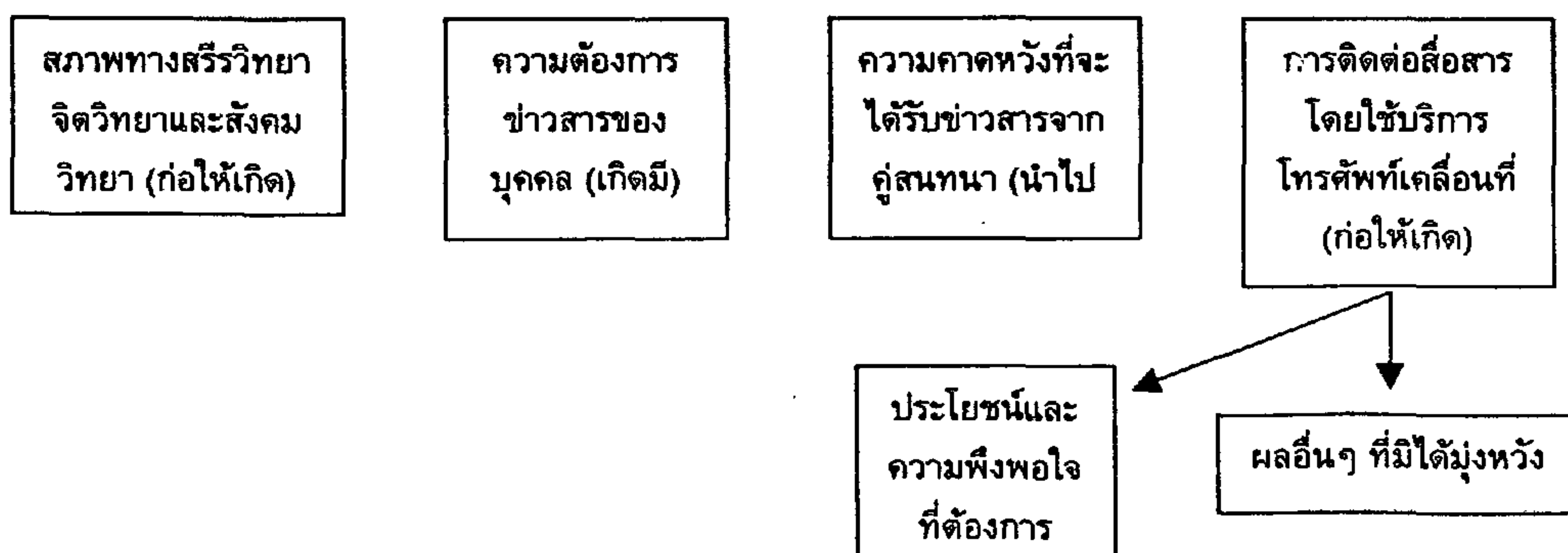
3. เอการสนทนาอภิปรายระหว่างกัน (Discussion) บุคคลใช้ประโยชน์จากข่าวสารโดยนำไปสนทนาพูดคุยกับบุคคลอื่น

4. เพื่อการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ (Participating) สื่อมวลชนทำให้บุคคลรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในเหตุการณ์

5. เพื่อเป็นแรงเสริมความคิดเห็นหรือเสริมความมั่นใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. เพื่อผ่อนคลายอารมณ์และความบันเทิง (Relaxation and Entertainment)

และในการศึกษานั้นได้ยืนยันว่าผู้รับสารไม่ได้ถูกกระทำ แต่ผู้รับสารคาดหวังข่าวสารจากสื่อและใช้ประโยชน์จากสื่อ บางคนใช้เพื่อทราบและติดตามเหตุการณ์ บางคนใช้ในการสนทนา บางคนใช้เพื่อช่วยในการตัดสินใจ บางคนใช้เพื่อความบันเทิง และเกือบทั้งหมดแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อมากกว่าเหตุผลเดียว



ภาพประกอบ 3 แบบจำลองเพื่ออธิบายถึงการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ (2)

จากแผนภาพดังกล่าวอาจอธิบายได้ว่า สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจสังคมและจิตวิทยา ทำให้บุคคลต้องการสื่อสารระหว่างกัน และมีความคาดหวังว่าจะได้รับข่าวสารจากการติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจะช่วยให้ได้รับประโยชน์ตลอดจนความพึงพอใจที่ต้องการจากการติดต่อสื่อสารนั้น

ทฤษฎีและกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Theory)

นวัตกรรม หมายถึง ความคิดต่าง ๆ แบบแผน พฤติกรรมหรือสิ่งของใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากของที่มีอยู่เดิม ของใหม่ในที่นี้ครอบคลุมสิ่งต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็น สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า รวมทั้งที่เป็นแบบแผนพฤติกรรม ความประพฤติตามระบบสังคมประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์ วิทยาการใหม่ ๆ และสิ่งที่ไม่เห็นเป็นวัตถุ (H.G.Barnett. 1953:7)

คุณลักษณะที่สำคัญของนวัตกรรมมี 5 ประการ คือ (เสถียร เขยประทับ. 21 – 22)

1.ความได้เปรียบเชิงเทียบ (Relative Advantage) หมายถึง การที่บุคคลคิดว่านวัตกรรมมีประโยชน์มากกว่าความเสียเปรียบ สิ่งเก่า หรือวิธีปฏิบัติเก่า โดยอาจวัดในแง่เศรษฐกิจ ความเชื่อถือของสังคม ความสะดวกและความพอใจ

2.ความเข้ากันได้หรือไปด้วยกันได้ (Compatibility) คือ การที่บุคคลคิดว่าหรือรู้สึกว่าการนวัตกรรมนั้นเข้ากันได้กับค่านิยม ประสพการณ์ และความต้องการของตน ซึ่งจะทำให้ยอมรับนวัตกรรมนั้นได้ในระยะเวลาที่รวดเร็วกว่านวัตกรรมที่เข้ากันไม่ได้กับค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคม

3.ความยุ่งยากหรือความสลับซับซ้อน (Complexity) คือ การที่บุคคลรู้สึกว่าการนวัตกรรมนั้นยากแก่การเข้าใจและยากแก่การนำไปใช้ ต้องใช้เวลานานจึงจะยอมรับนวัตกรรมนั้น

4.ความสามารถในการที่นำไปทดลองใช้ได้ (Trainability) คือ การที่บุคคลที่รับนวัตกรรมสามารถนำนวัตกรรมนั้นไปทดลองใช้ในปริมาณจำกัดได้

5.ความสามารถสังเกตได้ (Observability) คือ การที่ผลของนวัตกรรมเป็นสิ่งที่สามารถมองเห็นได้โดยสมาชิกภายในระบบสังคม

จากคุณสมบัติทั้ง 5 ประการของนวัตกรรมนี้ บุคคลจะเกิดกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมขึ้น โดยอาจจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมหรือกระบวนการในการยอมรับนวัตกรรม (Adoption Process) มี 5 ขั้นตอน คือ (E.M.Rogers and others. 1971:100)

1.ขั้นตระหนักหรือตื่นตัว (Awareness Stage) เป็นขั้นที่บุคคลทราบว่ามีสิ่งใหม่ ความคิดใหม่ วิธีปฏิบัติใหม่ หรือมีนวัตกรรมเกิดขึ้น แต่ยังขาดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

2.ขั้นสนใจ (Interest Stage) เป็นขั้นที่บุคคลเริ่มสนใจนวัตกรรมนั้นและแสวงหาความรู้หรือข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

3.ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage) เป็นขั้นที่บุคคลประเมินผลเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น โดยลองนึกว่าถ้านำนวัตกรรมนั้นมาใช้จะเหมาะสมกับเหตุการณ์และคุ้มค่ากับการเสี่ยงหรือไม่

4.ขั้นทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นที่บุคคลทดลองใช้หรือทดลองปฏิบัติเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นก่อนในปริมาณจำกัด เพื่อดูว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์ต่อตนหรือไม่

5.ขั้นยอมรับ (Adoption) เป็นขั้นที่บุคคลยอมรับนวัตกรรม โดยนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างสม่ำเสมอ

อย่างไรก็ดี ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม 5 ประการข้างต้นนี้ มีข้อโต้แย้งว่า ในความเป็นจริงอาจจะไม่เป็นไปตามขั้นตอนดังกล่าว คือ อาจมีการปฏิสนธินวัตกรรมหรืออาจมีการหาข้อมูลใหม่เพิ่มเติมเพื่อนำมาสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว ซึ่งอาจจะทำให้เปลี่ยนจากการยอมรับนวัตกรรมเป็นการปฏิสนธินวัตกรรมก็ได้

ขั้นตอนในการยอมรับนวัตกรรมของนักวิชาการแต่ละท่านมีความคิดเห็นแตกต่างกัน เช่น แบบจำลองของทอสดัล (Tosdal) ที่เรียกว่า AIDA มี 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตั้งใจ (Attention) ขั้นสนใจ (Interest) ขั้นปรารถนา (Desire) และ ขั้นกระทำ (Action) แบบจำลองของลาฟวิดจ์ (Lavidge) และสไตเนอร์ (Steiner) มี 6 ขั้นตอน คือ ขั้นตื่นตัว (Awareness) ขั้นความรู้ (Knowledge) ขั้นความชอบ (Liking) ขั้นชอบมากกว่า (Preference) ขั้นความเชื่อมั่น (Conviction) และขั้นการซื้อ (Purchase) จากความคิดเห็นที่แตกต่างขัดแย้งกันนี้ เพื่อให้ง่ายและเข้าใจตรงกัน โรเจอร์ส (Rogers) และชูเมคเกอร์ (Shoemaker) ได้เสนอแบบจำลองกระบวนการยอมรับนวัตกรรมใหม่ โดยแบบจำลองของโรเจอร์และชูเมคเกอร์มี 4 ขั้นตอน คือ

- 1.ขั้นความรู้ (Knowledge) เป็นขั้นที่บุคคลทราบว่ามึนวัตกรรมขึ้น และทราบว่านวัตกรรมนั้นทำหน้าที่หรือใช้เพื่ออะไร
- 2.ขั้นการจูงใจ (Persuasion) เป็นขั้นที่บุคคลสร้างทัศนคติชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น
- 3.ขั้นการตัดสินใจ (Decision) เป็นขั้นที่บุคคลทำกิจกรรมที่นำไปสู่การเลือกยอมรับหรือปฏิสนธินวัตกรรมนั้น
- 4.ขั้นการยืนยัน (Confirmation) เป็นขั้นที่บุคคลแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติม เพื่อสนับสนุนยืนยันการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่ทำไปแล้ว โดยอาจเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจได้ถ้าได้รับข่าวสารในเชิงลบเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

แบบจำลองของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม ประกอบด้วย 3 ส่วนใหญ่ ๆ คือ (1)เหตุ (Antecedents) (2) กระบวนการ (process) และ (3) ผล (consequences) โดยเหตุประกอบด้วย

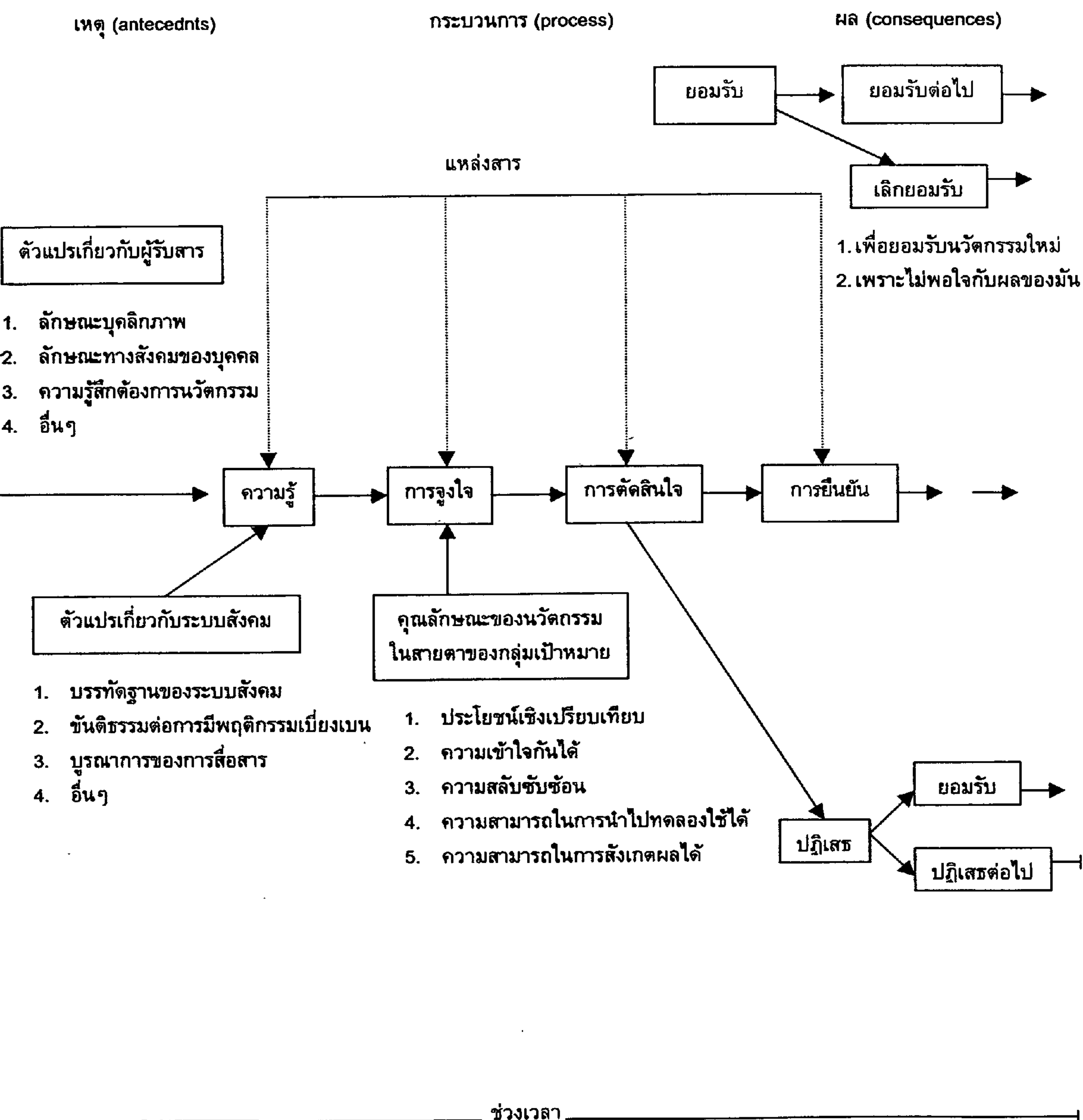
- ลักษณะบุคลิภาพของบุคคล เช่น ทัศนคติทั่วไปที่มีต่อการเปลี่ยนแปลง
- ลักษณะทางสังคมของบุคคล เช่น ความเป็นผู้กว้างขวางติดต่อกับคนทุกชาติทุกภาษาได้โดยไม่มีอคติ (Cosmopoliteness)
- ความรู้สึกต้องการนวัตกรรม (Perceive Need for the Innovation) ซึ่งตัวแปรเหล่านี้และอื่นๆ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมของบุคคล

บรรทัดฐานของระบบสังคมเป็นเสมือนเครื่องกระตุ้นหรือเครื่องควบคุมการตัดสินใจของบุคคล ตัวแปรอื่นที่เกี่ยวกับระบบสังคม เช่น วัฒนธรรมหรือความอดทนต่อการมีพฤติกรรมเบี่ยงเบน (Tolerance for Deviancy) บูรณาการของการสื่อสาร (Communication Integration) และคุณลักษณะอื่น ๆ ก็มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมของสมาชิกในสังคมด้วย

แหล่งสารและช่องสารจะเป็นช่องทางในการให้สิ่งเร้าแก่บุคคลในระหว่างกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยปรกติบุคคลได้รับความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมเป็นครั้งแรกจากช่องสารสากลและสื่อมวลชนในขั้นการจูงใจ การรับรู้ (perceptions) เกี่ยวกับนวัตกรรมของบุคคลมาจากช่องสารท้องถิ่นและช่องสารระหว่างบุคคล นวัตกรรมอาจได้รับการยอมรับในขั้นการตัดสินใจ และการใช้ต่อไปหรือเลิกใช้ในเวลาต่อมา การเลิกใช้นวัตกรรมอาจเป็นเพราะมีนวัตกรรมที่ดีกว่ามาแทนหรือเบือนนวัตกรรมนั้น ความคิดใหม่อาจถูกปฏิเสธในขั้นสุดท้ายของกระบวนการ แต่ยอมรับในเวลาต่อมาเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมที่บุคคลได้รับ

การแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมมักเกิดขึ้นตลอดขั้นการยืนยัน เพราะบุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของตน อย่างไรก็ตามข่าวสารในทางตรงกันข้ามที่บุคคลได้รับ อาจนำไปสู่การเลิกล้มรับหรือการยอมรับนวัตกรรมต่อไปได้

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมดังกล่าว สามารถนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้โดยศึกษาเพียงขั้นตอนเดียวตามแนวความคิดของโรเจอร์และชูเมคเกอร์ คือ ขั้นความรู้ โดยจะศึกษาว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง ทราบเกี่ยวกับระบบและบริการเสริมใหม่ของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือไม่ สนใจระบบและบริการเสริมที่เพิ่มเติมใหม่นั้นหรือไม่ เนื่องจากขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกที่น่าไปสู่ขั้นตอนอื่น ๆ ที่ผู้ใช้บริการจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบและตัดสินใจใช้บริการดังกล่าวต่อไป อีกทั้งในช่วงนี้เพิ่งจะเริ่มมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบใหม่และนำมาเผยแพร่ไม่นานนัก การศึกษาทั้งกระบวนการจนถึงขั้นการยอมรับหรือการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบใหม่ อาจเกิดความคลาดเคลื่อนของผลการวิจัยได้ อย่างไรก็ตามการศึกษาถึงการรับทราบและความสนใจ หรือขั้นความรู้ ก็เป็นทางหนึ่งที่น่าจะนำไปคาดคะเนผลของการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมในขั้นต่อไปได้



ภาพประกอบ4 แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (E.M.Rogers and others 1971 : 102)

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง “ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทฯ ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย”

ส่วนประสมการตลาด อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ปัจจัยภายในทางการตลาด หรือปัจจัยทางการตลาด (Internal Marketing Factor หรือ Marketing Factor) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่บริษัทควบคุมได้ โดยทั่วไปส่วนประสมการตลาดจะประกอบด้วย

- 1.ผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2.ราคา(Price)
- 3.การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)
- 4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

หรือที่เรียกว่า 4P_s โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง “สิ่งที่เสนอแก่ตลาดเพื่อการรู้จัก การเป็นเจ้าของ การใช้หรือการบริโภค และสามารถสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดได้” หรืออาจหมายถึง “คุณสมบัติที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ของสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อให้ได้รับความพอใจจากการแลกเปลี่ยน” คุณสมบัติต่างๆของผลิตภัณฑ์ได้แก่ สี ราคา การบรรจุหีบห่อ ชื่อเสียง ตราสัญลักษณ์ บริการ ฯลฯ ผลิตภัณฑ์จึงอาจเป็นตัวสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์การ หรือบุคคล จากความหมายจะเห็นว่าสิ่งสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ดังนั้นจึงถือว่าธุรกิจจะทำการขายผลประโยชน์ในตัวผลิตภัณฑ์ไม่ใช่ขายตัวผลิตภัณฑ์อย่างเดียว

ประเภทของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากการจัดประเภทตลาดเป็นตลาดผู้บริโภค และตลาดอุตสาหกรรม การจัดประเภทผลิตภัณฑ์จะถือเกณฑ์วัตถุประสงค์ในการซื้อของผู้ซื้อ โดยจัดประเภทเป็น 2 กลุ่ม คือ สินค้าบริโภค และสินค้าอุตสาหกรรม ทั้งนี้คำว่าสินค้าบริโภคและสินค้าอุตสาหกรรมจะรวมบริการด้วย

สินค้าบริโภค (Consumer Goods) หมายถึง “ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปสำหรับผู้บริโภคใช้ในครัวเรือนขั้นสุดท้าย” สินค้าบริโภคจะรวมบริการด้วย

สินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Goods) หมายถึง “ผลิตภัณฑ์ซึ่งใช้ไปในการผลิตสินค้าอื่น” สินค้าอุตสาหกรรมจะรวมบริการ สินค้าอุตสาหกรรมมีเป้าหมายที่ตลาดอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบด้วยผู้ซื้อที่ซื้อไปเพื่อการผลิต การให้บริการหรือการดำเนินงานของกิจการส่วนใหญ่ก็คือองค์การหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่นักการตลาดต้องนำมากำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ในการตอบสนองความต้องการของตลาด โดยสามารถแยกคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 ระดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง ประโยชน์พื้นฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการซื้อสินค้าโดยตรง ตัวอย่าง ธุรกิจโรงแรมมีประโยชน์พื้นฐาน คือ การพักผ่อนหลับนอน

2.รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Formal Product หรือ Tangible Product) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ ซึ่งเป็นส่วนที่เสริมผลิตภัณฑ์ให้ทำหน้าที่สมบูรณ์ขึ้นหรือเชิญชวนให้ใช้ยิ่งขึ้น

คุณภาพ (Quality)
รูปร่างลักษณะ (Feature)
รูปแบบ (Style)
การบรรจุหีบห่อ (Packaging)
ตราสินค้า (Brand)

ภาพประกอบ5 แสดงรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์

3.ผลิตภัณฑ์ควบ (Augment Product) หมายถึง ผลประโยชน์เพิ่มเติม หรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับความรู้ไปกับการซื้อสินค้า ประกอบด้วย บริการก่อนและหลังการขายต่าง ๆ ดังรูป

การติดตั้ง (Installation)
การขนส่ง (Transportation)
การประกัน (Insurance)
การให้สินเชื่อ (Credit)
การให้บริการอื่นๆ (Services)

ภาพประกอบ6 แสดงผลิตภัณฑ์ควบ

นอกจากนี้อาจพิจารณาองค์ประกอบผลิตภัณฑ์เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งกันได้เพิ่มเติมดังนี้

4.ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) หมายถึง กลุ่มของคุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงเมื่อมีการซื้อสินค้า ในการเสนอผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังจะคำนึงถึงการเสนอความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก (Customer's Satisfaction) เช่น ธุรกิจโรงแรม ลูกค้ามักจะคาดหวังว่าจะได้รับที่นอนที่สะอาด มีสบู่มิ้วเช็ดตัว โทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น

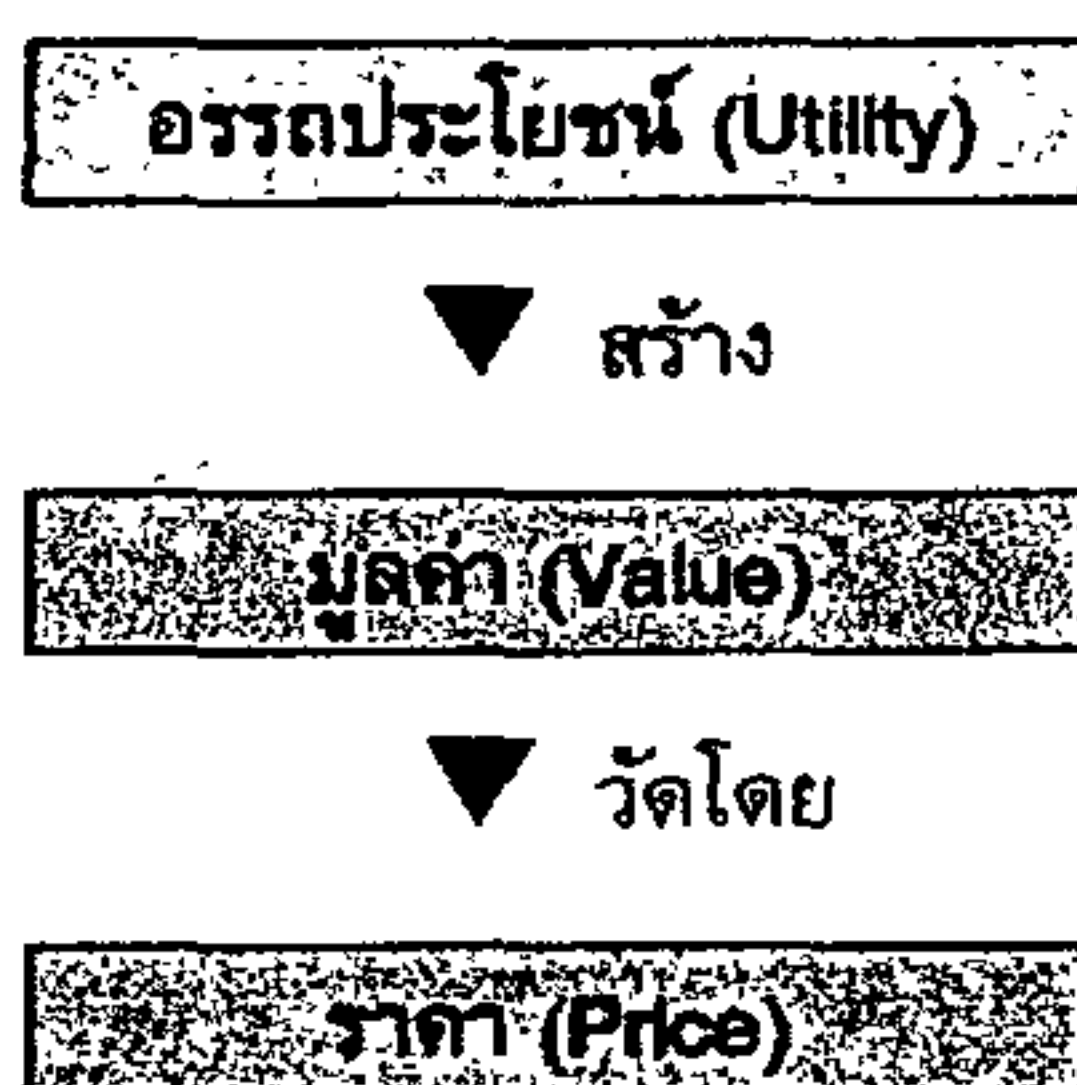
5.ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึง ส่วนของผลิตภัณฑ์ควบทั้งหมดที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาไป เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต ตัวอย่าง ธุรกิจโรงแรมจะมีการพัฒนาห้องสุทที่มีลักษณะสมบูรณ์แบบเหมือนบ้าน วิธีนี้เป็นแนวคิดใหม่ที่จะสนองความต้องการของลูกค้า และเป็นวิธีการที่จะทำให้สินค้าของเขาแตกต่างจากคู่แข่ง

ราคา (Price) หมายถึง “สิ่งที่คุณตกลงจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มา ซึ่งเป็นมูลค่า (Value) ในรูปของเงินตรา” ดังนั้นลักษณะของราคาก็คือ 1) ราคามูลค่าของสินค้าและบริการ 2) ราคาคือจำนวนเงินและ(หรือ)สิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ กล่าวคือ ราคาคือสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าฉะนั้นราคาผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง จึงหมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์นั้นหนึ่งหน่วยในรูปของตัวเงิน ตัวอย่างเช่น ปากการาคา 3 บาท ก็จะสื่อความหมายว่า ราคาค้ามละ 3 บาท คำที่มีความหมายเกี่ยวกับราคา ก็คือ มูลค่าและอรรถประโยชน์

มูลค่า (Value) คือ “การวัดในเชิงปริมาณของมูลค่าผลิตภัณฑ์เพื่อจูงใจให้ผลิตภัณฑ์เกิดการแลกเปลี่ยน” นักการตลาดต้องพยายามเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าที่ถูกค้ายอมรับและพยายามสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) สำหรับผลิตภัณฑ์ด้วย ตัวอย่างเช่น น้ำอัดลมบรรจุกระป๋องจะมีมูลค่าสูงกว่าน้ำอัดลมธรรมดาข้อแตกต่างระหว่างราคาและมูลค่า คือ ราคาจะแสดงมูลค่าของสินค้าต่อหนึ่งหน่วยเสมอ แต่มูลค่าจะแสดงมูลค่าของสินค้าในรูปหนึ่งหน่วยหรือมากกว่าก็ได้

อรรถประโยชน์ (Utility) คือ คุณสมบัติของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ให้พอใจ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการให้เกิดความพอใจ ก็คือ มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่สามารถวัดออกมาในรูปราคา

ดังนั้นในการในการตั้งราคาจึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงอรรถประโยชน์ของสินค้านั้น กล่าวคือ พิจารณาถึงคุณสมบัติต่างๆของสินค้าโดยพยายามสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้สูงขึ้นในสายตาผู้บริโภค จากรูปแสดงความเกี่ยวข้องระหว่าง อรรถประโยชน์ มูลค่า และ ราคา



ภาพประกอบ 7 แสดงความเกี่ยวข้องระหว่างอรรถประโยชน์ มูลค่าและราคา

การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง “โครงสร้างของช่องทาง (สถาบัน และกิจกรรม) ที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด

จากความหมายจะเห็นว่าลักษณะการจัดจำหน่ายมีดังนี้ 1) เป็นกิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย 2) โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันการตลาด (Marketing Institution หรือ Marketing Intermediaries) ประกอบด้วย คนกลาง ธุรกิจการกระจายตัวสินค้า ธุรกิจให้บริการทางการตลาด รวมทั้งสถาบันทางการเงิน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตัวกลางทางการตลาด (Marketing Intermediaries) “เป็นธุรกิจที่ช่วยส่งเสริมการขายสินค้าและบริการไปยังผู้ซื้อขั้นตอนสุดท้าย ประกอบด้วย คนกลาง ธุรกิจการกระจายตัวสินค้า ธุรกิจให้บริการทางการตลาด และธุรกิจการเงิน ดังนี้

1.คนกลาง (Middleman) หมายถึง ธุรกิจอิสระที่ดำเนินงานเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม คนกลางสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.1พ่อค้าคนกลาง (Merchant Middleman) หมายถึง คนกลางที่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่เขาดำเนินการ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และพ่อค้าผู้ขายต่อ เป็นต้น

1.2 ตัวแทนคนกลาง (Agent Middleman) หมายถึง คนกลางที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่เขาดำเนินการ เช่น ตัวแทนผู้ผลิต นายหน้า เป็นต้น

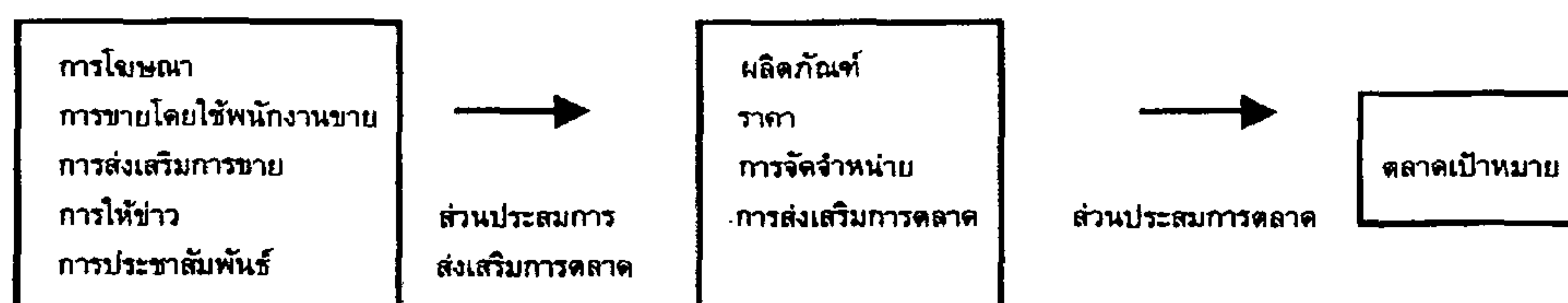
2. ธุรกิจที่ทำหน้าที่กระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Firm) เป็นธุรกิจที่ช่วยเก็บรักษาสินค้าและเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดหมายปลายทาง ดังนั้นจึงประกอบด้วยธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจคลังสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ

3. ธุรกิจให้บริการทางการตลาด (Marketing Services Agencies) เป็นธุรกิจที่ช่วยในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดที่เหมาะสม ได้แก่ ธุรกิจการวิจัยตลาด บริษัทตัวแทนโฆษณา ธุรกิจเกี่ยวกับสื่อ ธุรกิจให้คำปรึกษาทางการตลาด ฯลฯ

4. สถาบันการเงิน (Financial Institution) คือ บริษัทต่างๆ ที่ช่วยจัดหาเงินและ(หรือ)ประกันความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้า ได้แก่ ธนาคาร บริษัทเงินทุน บริษัทประกันภัย ฯลฯ

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ตัวหนึ่งขององค์การที่ใช้เพื่อแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการขององค์การ หรืออาจหมายถึง ข้อมูลการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ คำที่มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า การส่งเสริมการตลาด คือ คำว่า การขาย (Selling) ซึ่งหมายถึง การแจ้งข่าวสารและการจูงใจตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ คนส่วนมากมักเข้าใจว่าการขายเป็นกิจกรรมการเปลี่ยนมือโดยพนักงานขายเท่านั้น แต่ความหมายของการขายอย่างสมบูรณ์นั้น ประกอบด้วย 1) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) 2) การขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Nonpersonal Selling) ดังนั้นการขายโดยใช้พนักงานขายจึงเป็นเพียงเครื่องมือหนึ่งของการส่งเสริมการตลาดเท่านั้น ในการส่งเสริมการตลาดจึงเป็นเพียงการติดต่อสื่อสารเพื่อแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาด โดยอาศัยเครื่องมือที่ใช้มาก 2 ประการ คือ 1) การโฆษณา 2) การขายโดยใช้พนักงานขาย ส่วนรูปแบบอื่นๆ ที่มีการใช้ประกอบ คือ 3) การส่งเสริมการขาย 4) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หมายถึง เครื่องมือการติดต่อสื่อสารทางการตลาด เพื่อแจ้งข่าวสาร จูงใจตลาด สร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อของตลาด ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย 4 ประการ คือ 1) การโฆษณา 2) การขายโดยใช้พนักงานขาย 3) การส่งเสริมการขาย และ 4) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ เครื่องมือทั้ง 4 ประการนี้ ธุรกิจอาจเลือกใช้หนึ่งเครื่องมือหรือหลายเครื่องมือร่วมกันก็ได้ จากรูปจะเห็นว่าส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด 4 ประการ เป็นเครื่องมือหนึ่งของส่วนประสมการตลาด (4Ps) และใช้ 4Ps นี้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดมีดังนี้



ภาพประกอบ 8 แสดงถึงบทบาทการส่งเสริมการตลาดในส่วนประสมการตลาด

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบการเสนอขาย ความคิด สินค้าหรือบริการ โดยไม่ใช้พนักงานขาย ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ การโฆษณาจึงมีลักษณะ คือ เป็นการเสนอขายสินค้าและบริการ หรือความคิด โดยการใช้สื่อ และต้องจ่ายเงินค่าสื่อโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้า ระหว่างผู้ขายกับลูกค้าที่คาดหวัง การขายโดยใช้พนักงานขาย ถือเป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two Way Communication)

3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อของลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง หรืออาจหมายถึง กิจกรรมซึ่งใช้ช่วยและเสริมการขายโดยใช้พนักงานขายและการโฆษณา การส่งเสริมการขายต้องใช้ร่วมกับการโฆษณา หรือการขายโดยใช้พนักงานขาย

4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าว เป็นการส่งเสริมการขายโดยไม่ใช้บุคคล ที่ไม่มีการจ่ายเงินจากองค์การที่ได้รับผลประโยชน์ การประชาสัมพันธ์หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มที่ไม่ใช่ลูกค้า ประกอบด้วย ประชาชนทั่วไป แรงงาน ผู้ถือหุ้น และหน่วยราชการ หรืออาจหมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาและวิจัยที่ผ่านมา มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์ทั่วไป และเทคโนโลยีทางการสื่อสารอื่น ๆ โดยสังเขปดังต่อไปนี้

ปทุมพร ศิริรั้งคมานนท์ (2532:1) ศึกษาเรื่อง “การนำนวัตกรรมทางการสื่อสารเข้าสู่การธุรกิจ ศึกษาเฉพาะกรณีโทรศัพท์เคลื่อนที่” พบว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้แก่ ความแข็งแรง การมีคลื่นความถี่สูง ขนาดกระทัดรัด โดยพิจารณาคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการในการใช้งาน ราคา และความสะดวก ในส่วนของผู้มีหน้าที่เกี่ยวกับการขายและการจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ภาพพจน์ (image) ของสินค้า คุณภาพและบริการหลังการขาย และคุณสมบัติตรงกับความต้องการในการใช้งาน นอกจากนั้นจากการศึกษายังพบว่ามีปัญหาคับคั่งในช่องสัญญาณการเรียกเข้า – ออก เป็นไปได้ยาก เนื่องจากมีการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นจำนวนมาก

กมลวรรณ รัตนอำไพ (2535:1) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารข้อมูลโดยวิทยุโทรศัพท์เคลื่อนที่ของหน่วยธุรกิจ” พบว่า มีการใช้วิทยุติดตามตัวและโทรศัพท์แบบพกพาในธุรกิจบริการมากที่สุด โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์มีการใช้ในธุรกิจอุตสาหกรรมมากที่สุด โดยหน่วยธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่าวิทยุโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอุปกรณ์ที่สำคัญในการทำงาน เหตุผลในการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ เพื่อประโยชน์ในการทำงาน ผลที่ได้รับจากการใช้วิทยุโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ทำงานรวดเร็วขึ้น ประหยัดเวลาในการทำงาน สะดวก ผลพลอยได้ในทางบวก คือ ทำให้สบายใจขึ้นเนื่องจากสามารถทำการสื่อสารได้ตลอดเวลา ผลในทางลบคือ ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น แต่เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายกับความคุ้มค่าแล้ว หน่วยธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่าคุ้มค่ามากกว่า ส่วนปัญหาใหญ่ของ

การใช้วิทยุโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ เครือข่ายและการส่งข้อมูลไม่ทั้งถึงและไม่ชัดเจน นอกจากนี้พบว่า มีแนวโน้มที่จะมีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ในสังคมมากขึ้น

✓ **ตริงษา เกล้าละม่อน (2533:1)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง “สภาพการณ์และลักษณะของการใช้วิทยุติดตามตัวในประเทศไทย” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ใช้วิทยุติดตามตัวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานทั่วไป กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า การใช้วิทยุติดตามตัวทำให้ธุรกิจคล่องตัวและขยายตัวมากขึ้น มีการสื่อสารแบบเผชิญหน้าน้อยลงและมีผลต่ออิสรภาพส่วนบุคคล คือ ทำให้ขาดอิสรภาพส่วนบุคคล คุณลักษณะที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้คือ ความสะดวกรวดเร็วและเพื่อใช้ในการทำงาน สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช่มากที่สุด คือ โทรทัศน์ และผลการศึกษาคาดว่าอีก 5 ปีข้างหน้าจะมีผู้ใช้มากขึ้น ราคาของวิทยุติดตามตัวจะถูกกลง และจะกลายเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินชีวิต

ชาญชัย พิจิตรวิปริษา (2536:1) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อโฆษณาสินค้าโทรศัพท์มือถือ” พบว่า ประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีโทรศัพท์มือถือหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ใช้อยู่ละ 54 และกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์มือถือมีความเห็นว่า โฆษณามีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 66.3 สำหรับในกลุ่มผู้ที่ยังไม่มีโทรศัพท์มือถือใช้ มีความต้องการใช้บริการโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 78.6 และจากการศึกษายังพบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความต้องการในการใช้บริการโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้ การโฆษณามีผลต่อความต้องการใช้บริการโทรศัพท์มือถือในอนาคตถึง ร้อยละ 69.6 แต่ความถี่ในการเปิดรับการโฆษณาไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการโทรศัพท์มือถือ แต่จะมีผลต่อความต้องการใช้บริการในอนาคต นอกจากนี้ ผลการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้เรื่องระบบโทรศัพท์มือถือ ปรากฏว่า ระบบเซลลูลาร์ 900 เป็นที่รู้จักมากกว่าระบบเวิลด์โฟน 800 เกือบ 3 เท่า จึงอาจเป็นตัวกำหนดได้ว่า ความต้องการใช้บริการของระบบเซลลูลาร์ 900 น่าจะมากกว่าระบบเวิลด์โฟน 800

✓ **อรนุช กล่องเชิงตร (2528:1)** ได้ศึกษาเรื่อง “หน้าที่ของโทรศัพท์ต่อชีวิตครอบครัวที่อยู่ในเมือง” พบว่า ชีวิตครอบครัวที่อยู่ในเมืองมีความผูกพันกับโทรศัพท์เป็นส่วนมาก โดยโทรศัพท์เป็นสื่อที่นำมาใช้สนองความต้องการขั้นพื้นฐานของสังคม ซึ่งผลของการศึกษาได้สรุปหน้าที่ของโทรศัพท์ไว้ 9 ประการด้วยกัน คือ

- 1.หน้าที่ส่งข่าวด้านธุรกิจ
- 2.หน้าที่ใช้สนทนาทางด้านการสมาคม
- 3.หน้าที่ใช้เพื่อการนัดหมาย
- 4.หน้าที่ใช้เพื่อการเยี่ยมเยียน
- 5.หน้าที่ใช้เพื่อการสั่งซื้อสินค้า บริการ
- 6.หน้าที่ในการกระจายข่าวสารที่เป็นความลับ
- 7.หน้าที่ในการสอบถามความคิดเห็นหรือแสดงความคิดเห็น
- 8.หน้าที่ในการกระจายข่าวสารที่นำมาใช้ในการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว
- 9.หน้าที่ให้ความปลอดภัย ได้แก่ 191 123

วรรณ บานกล้วย (2538:1) ได้ศึกษาเรื่อง “ การศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในเขตนครหลวง ” พบว่า ผู้ใช้บริการประเภทที่อยู่อาศัยและธุรกิจต้องการให้องค์การโทรศัพท์ฯ ปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้นกว่าปัจจุบันคิดเป็นร้อยละ 78.95 และร้อยละ 84.78 โดยผู้ใช้บริการทั้ง 2 ประเภท ต้องการเลขหมายเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.4 และได้ยื่นคำขอติดตั้งเลขหมายต่อองค์การโทรศัพท์ฯ ร้อยละ 19.2 โดยผู้ที่ยื่นคำขอเหล่านี้ยังคงต้องการเลขหมายตามที่ขอไว้มีเพียงร้อยละ 25.2 แสดงว่า การขอเลขหมาย

โทรศัพท์นั้นเกินกว่าความต้องการใช้งานอย่างแท้จริง มีสาเหตุมาจากผู้ใช้บริการคาดว่าจะไม่ได้รับการติดตั้งเลขหมายตามจำนวนที่ต้องการและเป็นเวลานานกว่าที่จะได้ใช้บริการจึงมีการขอเลขหมายมากกว่าความต้องการใช้งานจริง ดังนั้นองค์การโทรศัพท์ฯ จะต้องวางแผนในการขอบริการและการจัดสรรเลขหมายโทรศัพท์ โดยมุ่งเน้นหนักไปยังพื้นที่บริการที่ยังขาดแคลนโทรศัพท์จะทำให้เกิดประสิทธิภาพมากกว่าที่จะขยายบริการเพิ่มให้กับผู้ใช้บริการรายเดิมและต้องนำเทคโนโลยีของการให้บริการมาใช้งาน เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว ถูกต้องและเป็นที่เชื่อถือของผู้ใช้บริการ

วิวรรณ ปรางณัง (2538:1) ศึกษาเรื่อง “ ศึกษาเปรียบเทียบการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 ระหว่างกลุ่มนักธุรกิจกับกลุ่มอาชีพอื่นในเขตกรุงเทพมหานคร ” พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยประมาณ 1-7 ครั้งต่อวัน และใช้ระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยประมาณ 1-6 นาทีต่อครั้ง ช่วงเวลาที่มีผู้ใช้กันมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 17.01-21.00 น. รองลงมาคือช่วง 15.01-17.00 น. และ 13.01-15.00 น. ทั้งนี้ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการเลือกตอบว่าใช้บริการเป็นลำดับที่หนึ่งคือ ช่วง 9.01-11.00 น. สถานที่ที่ใช้บริการมากที่สุดคือ ในรถยนต์และยังเป็นสถานที่ที่ผู้ใช้บริการตอบว่าเป็นสถานที่ที่ใช้มากเป็นลำดับที่หนึ่งด้วย วัตถุประสงค์การใช้บริการที่ผู้ใช้บริการตอบมากที่สุดคือ เพื่อใช้ในการติดต่อธุรกิจการทำงาน รองลงมาคือ เพื่อนัดหมายส่วนตัวและสนทนาทั่วไป ส่วนประโยชน์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ใช้บริการตอบมากที่สุดคือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร รองลงมาคือ พกติดตัวได้ และช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงาน ในการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 ของผู้ใช้บริการกลุ่มนักธุรกิจแตกต่างจากผู้ใช้บริการกลุ่มอาชีพอื่น ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่สูงนัก ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 มีความเห็นว่าได้รับประโยชน์จากการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สูง กลุ่มนักธุรกิจผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่สูงกว่าอาชีพอื่น กลุ่มนักธุรกิจผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 มีความเห็นว่าได้รับประโยชน์จากการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่สูงกว่าอาชีพอื่น ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 มีความสนใจบริการใหม่และบริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่สูงนัก กลุ่มนักธุรกิจผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 มีความสนใจบริการใหม่และบริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่สูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 ส่วนใหญ่ตอบว่าสนใจบริการใหม่และบริการเสริม โดยบริการที่ต้องการใช้บริการมากที่สุดคือ บริการรับฝากข้อความอัตโนมัติ รองลงมาได้แก่ การรับฝากหมายเลขโทรกลับ การแจ้งเลขหมายเรียกเข้า การสอบถามยอดค่าใช้จ่ายบริการอัตโนมัติและการเปลี่ยนเป็นระบบดิจิทัล ส่วนในกลุ่มที่ตอบว่าไม่สนใจ ส่วนใหญ่ตอบว่าเป็นเพราะบริการเดิมเพียงพอกับความต้องการหรือความจำเป็นในการใช้งานแล้ว ยังไม่สนใจในประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการใหม่ และต้องเสียค่าบริการเพิ่มไม่คุ้มกับค่าใช้จ่าย

จากรายงานผลการวิจัยที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่ายังไม่เคยมีการศึกษาถึงทัศนคติในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมทุกระบบมาก่อนมีการศึกษาเพียงทัศนคติที่มีองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยและการศึกษาสภาพการณ์ของวิทยุติดตามตัวและมีการศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900 ยังไม่มีการศึกษาโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกระบบในเรื่องของทัศนคติ ในขณะที่ปัจจุบันระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ตลอดจนเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมากขึ้นประสิทธิภาพและคุณภาพในการให้บริการ ระบบรวมทั้งตัวเครื่องโทรศัพท์มีการพัฒนาเปลี่ยนไปจากในระยะแรกที่มีการใช้กัน อีกประการหนึ่ง ในขณะนี้มีการบริการโทรศัพท์ระบบดิจิทัล (digital) เข้ามาอีกประเภทหนึ่งทำให้ผู้ใช้บริการมีตัวเลือกมากขึ้น การ

ศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นพื้นฐานข้อมูลอย่างหนึ่งที่แสดงถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ทั้งนี้ จากรายงานผลการศึกษาและวิจัยที่ผ่านมา จะใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยและสร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์หาคำตอบให้กับการวิจัยในครั้งนี้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้า เรื่อง ความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดำเนินการศึกษาดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือคนไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจะคัดเลือกจากคนไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย และจำแนกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเกณฑ์ในการแบ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนที่เท่ากัน (Quota Sampling) และจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการแบบสุ่ม Convenience Sampling ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่มีดังนี้

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (ราย)
ระบบเซลลูลาร์ 900 และระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์	80
ระบบ 800 และระบบ 1800	80
ระบบ ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800	80
วันทูคอล (one 2 call)	80
Dprompt	80
รวม	400

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็น แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ตัวเลือก ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, ตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้, ระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่, อัตราค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉลี่ยต่อเดือน, ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ส่วนที่2 เป็นคำถามวัดความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามวัดความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมาก

3 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนท้ายของแบบสอบถามจะเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อทราบความคิดเห็นเพิ่มเติมในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการให้ปรับปรุง

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สัมภาษณ์ความคิดเห็นเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3. รวบรวมสาระ และเนื้อหาต่างๆ ได้จากเอกสาร งานวิจัย และการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยกำหนดขอบเขต และเนื้อหาให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมาย

4. สร้างแบบสอบถามความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4 ด้าน จำนวน 37 ข้อ คือ ด้านรูปแบบบริการ จำนวน 10 ข้อ ด้านราคา จำนวน 11 ข้อ ด้านความสะดวก จำนวน 5 ข้อ และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จำนวน 11 ข้อ

5. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ~~สาขาวิชา~~ เพื่อตรวจสอบ เสนอแนะและปรับปรุงแก้ไข

6. ~~นำแบบสอบถามที่สร้างเรียบร้อยแล้ว ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน~~

7. ~~ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ~~ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา ~~สาขาวิชา~~ เพื่อตรวจสอบอีกครั้ง แล้วนำแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้

8. ~~นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ใช้บริการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 ราย และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน แล้วคัดเลือกแบบสอบถามที่มีค่าอำนาจจำแนกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01~~

9. ~~นำแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือกไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.83~~

ศึกษา ลมมือ วิจัย นำแบบสอบถามไป ทดลอง ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง
ในเขต กทม. และนอกเขต กทม.

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บตามขั้นตอน ดังนี้

1. ติดต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อขอหนังสือขอความร่วมมือไปยังห้างสรรพสินค้าที่ตั้งอยู่ในเขตต่างๆ ที่ได้รับอนุญาตไว้ คือ ศูนย์การค้าสีลมคอมเพล็กซ์ ศูนย์การค้าเซ็นเตอร์วัน ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ลาดพร้าว ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล บางนา ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางแค และศูนย์การค้าโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ พระราม 2
2. ติดต่อผู้บริหารศูนย์การค้าสีลมคอมเพล็กซ์ ศูนย์การค้าเซ็นเตอร์วัน ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล บางนา ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางแค และศูนย์การค้าโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ พระราม 2 เพื่อขอความร่วมมือ และอนุญาตในการสอบถามผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่บริเวณหน้าศูนย์การค้า
3. ผู้วิจัยจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 และระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ จำนวน 80 ราย ระบบ 800 และระบบ 1800 จำนวน 80 ราย ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 จำนวน 80 ราย วันทูคอล (One-2-Call) จำนวน 80 ราย และ Dprompt จำนวน 80 ราย พร้อมทั้งจัดเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะตอบแบบสอบถาม
4. ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยสอบถามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ เพื่อจัดกลุ่มตัวอย่างให้เป็นไปตามสัดส่วนการแบ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้กำหนดไว้ ก่อนที่จะตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 ถึง 31 มกราคม 2545 โดยทำการเก็บรวบรวมสอบถามด้วยตนเองและเพื่อนนักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5. ผู้วิจัยตรวจนับจำนวนแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ โดยจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ ซึ่งเก็บรวบรวมได้ จำนวน 399 ราย คิดเป็น ร้อยละ 99.00

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS/PC⁺ (Statistical Package for the Social Sciences/Personal Computer Plus) โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รวบรวมมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อเตรียมนำมาวิเคราะห์
2. วิเคราะห์สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าร้อยละ
3. วิเคราะห์ความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายด้านและรายข้อ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 4.50-5.00 เป็น ระดับที่ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากที่สุด หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกพอใจเหมาะสม และเห็นด้วยมากที่สุด

คะแนน 3.50-4.49 เป็น ระดับที่ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมาก หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกพอใจเหมาะสม และเห็นด้วยมาก

คะแนน 2.50-3.49 เป็น ระดับที่ผู้ใช้บริการเห็นด้วยปานกลาง หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกพอใจเหมาะสม และเห็นด้วยปานกลาง

คะแนน 1.50-2.49 เป็น ระดับที่ผู้ใช้บริการเห็นด้วยน้อย หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกพอใจเหมาะสม และเห็นด้วยน้อย

คะแนน 1.00-1.49 เป็น ระดับที่ผู้ใช้บริการเห็นด้วยน้อยที่สุด หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกพอใจเหมาะสม และเห็นด้วยน้อยที่สุด

4. เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระหว่างค่าเฉลี่ย (Mean) ของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) และระหว่างค่าเฉลี่ย (Mean) ของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

5. รวบรวมข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามปลายเปิด โดยนำเสนอในรูปความถี่

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละ

1.2 หาค่าเฉลี่ยโดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน คะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

1.3 หาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 65)

$$S = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

N แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติสำหรับการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ

2.1 หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) โดยใช้สูตรดังนี้

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ r แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ΣX แทน ผลรวมคะแนนรายข้อ (Item) ของกลุ่มตัวอย่าง

ΣY แทน ผลรวมคะแนนรวม (Total) ของกลุ่มตัวอย่าง

ΣX^2 แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง

ΣY^2 แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง

ΣXY แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y

N แทน จำนวนคน หรือ กลุ่มตัวอย่าง

2.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2523 : 98-99)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\Sigma S_i^2}{S_t^2} \right)$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

ΣS_i^2 แทน ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ

S_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน

3.1 เปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่างค่าเฉลี่ย (Mean) ของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ t-test

เมื่อทดสอบความแปรปรวนของประชากรกลุ่มที่ 1 (σ_1^2) และกลุ่มที่ 2 (σ_2^2)

ถ้าพบ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 165)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)S_1^2 + (n_2-1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

ถ้าพบ $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$ ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 165)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t -distribution
$\bar{X}_1, \bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
S^2_1, S^2_2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

3.2 เปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่างค่าเฉลี่ย (Mean) ของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) จำนวนจากสูตร (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2538 : 113)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F -distribution
MS_B	แทน	Mean Square ระหว่างกลุ่ม
MS_W	แทน	Mean Square ภายในกลุ่ม

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงใช้ Least Significant Difference (LSD) ตรวจสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม (ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2540:20)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- N แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
- X แทน ค่าเฉลี่ย
- S แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
- F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา F – distribution
- SS แทน ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum Square)
- MS แทน ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
- df แทน ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
- * แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอ โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 4 การรวบรวมเป็นความถี่ของข้อเสนอแนะในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จากแบบสอบถามปลายเปิดในตอนท้ายของแบบสอบถาม โดยที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 399 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.32 โดยวิธีการนำเสนอในรูปความถี่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำเสนอในรูปความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ ระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ อัตราค่าใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉลี่ยต่อเดือน และระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	147	36.80
หญิง	252	63.20
รวม	399	100.00
2. อายุ		
15 – 25 ปี	136	34.10
26 – 30 ปี	127	31.80
30 ปีขึ้นไป	136	34.10
รวม	399	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	111	27.80
ปริญญาตรี	246	61.70
สูงกว่าปริญญาตรี	42	10.50
รวม	399	100.00
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต	74	18.50
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	84	21.10
พนักงานบริษัทเอกชน	210	52.60
อื่นๆ	31	7.80
รวม	399	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	137	34.30
10,001 – 15,000 บาท	127	31.80
15,001 – 20,000 บาท	59	14.80
20,000 บาทขึ้นไป	76	19.00
รวม	399	100.00
6. ดรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้		
โนเกีย (Nokia)	174	43.60
อีริคสัน (Ericsson)	64	16.00
โมโตโรล่า (Motorola)	52	13.00
ซีเมนส์ (Siemens)	80	20.10
อื่นๆ	29	7.30
รวม	399	100.00
7. ระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่		
น้อยกว่า 6 เดือน	39	9.80
6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี	111	27.80
1 ปีแต่ไม่ถึง 3 ปี	168	42.10
ตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป	81	20.30
รวม	399	100.00
8. อัตราค่าใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท	231	57.90
1,000 บาทขึ้นไป	168	42.10
รวม	399	100.00
9. ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้		
เซลลูลาร์ 900และดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์	82	20.60
ระบบ 800และระบบ 1800	81	20.30
ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800	80	20.10
วันทูคอล (One-2-call)	77	19.30
Dprompt	79	19.80
รวม	399	100.00

จากตาราง 1 แสดงว่า ผู้ใช้บริการเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุ 26–30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้คือโนเกีย (Nokia) ระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่(เครื่องที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน) อยู่ในช่วง 1 ปีแต่ไม่ถึง 3 ปี อัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 1,000 บาท และระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นระบบเซลลูลาร์ 900 และระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ย (X) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S) ปรากฏดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย
1. ด้านรูปแบบบริการ	3.47	0.49	พอใจปานกลาง
2. ด้านราคา	2.36	0.63	พอใจน้อย
3. ด้านความสะดวก	4.27	0.55	พอใจมาก
4. ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	4.07	0.49	พอใจมาก
รวม	3.54	0.33	พอใจมาก

จากตาราง 2 แสดงว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านราคาอยู่ในระดับพอใจน้อย ด้านรูปแบบบริการอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ส่วนด้านอื่นๆ อยู่ในระดับพอใจมาก

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการใน
เขตกรุงเทพมหานครในด้านรูปแบบบริการ

ด้านรูปแบบบริการ	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย
1.โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ท่านใช้อยู่มีสัญญาณที่ชัดเจน ระหว่างการสนทนา	3.77	0.84	เห็นด้วยมาก
2.ท่านไม่เคยประสบปัญหาสายหลุดระหว่างการ การสนทนา	2.48	1.03	เห็นด้วยน้อย
3.บริการโอนสายอัตโนมัติสามารถอำนวยความสะดวก แก่ท่านในกรณีที่ไม่สามารถรับสายได้	3.37	0.91	เห็นด้วยปานกลาง
4.บริการรับสายเรียกซ้อนและพักสายสามารถช่วย ท่านไม่ให้พลาดการรับสายที่สำคัญ	3.63	0.85	เห็นด้วยมาก
5.บริการรับฝากข้อความ (SMS) เป็นการสื่อสารอีก รูปแบบหนึ่งที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ ท่าน	3.99	0.70	เห็นด้วยมาก
6.บริการชำระค่าบริการเครดิตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถอำนวยความสะดวกแก่ท่านในการใช้ บริการทางการเงิน	3.11	0.97	เห็นด้วยปานกลาง
7.บริการจองบัตรชมภาพยนตร์อำนวยความสะดวก แก่ท่านในการซื้อบัตรชมภาพยนตร์	3.23	0.84	เห็นด้วยปานกลาง
8.ศูนย์ดูแลลูกค้าที่ประสบปัญหาเรื่องหายเป็น บริการที่จำเป็นสำหรับท่าน	3.88	0.73	เห็นด้วยมาก
9.ศูนย์บริการสอบถามข้อมูลสามารถให้คำปรึกษา หรือคำแนะนำแก่ท่านได้ เมื่อประสบปัญหา	3.83	0.74	เห็นด้วยมาก
10.ท่านได้รับความสะดวกในการใช้บริการศูนย์ซ่อม โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.43	0.77	เห็นด้วยปานกลาง
รวม	3.47	0.49	เห็นด้วยปานกลาง

จากตาราง 3 แสดงว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการต่างๆ ที่จัด
อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง เมื่อจำแนกด้านรูปแบบบริการที่ได้รับ ออกเป็น บริการพื้นฐาน บริการเสริม และ
บริการหลังการขาย พบว่า

บริการพื้นฐาน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เกี่ยวกับความชัดเจนของสัญญาณอยู่
ในระดับเห็นด้วยมาก ส่วนความต่อเนื่องของสัญญาณระหว่างการสนทนาอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

บริการเสริม ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อบริการรับสายเรียกซ้อน และบริการรับ
ฝากข้อความ (SMS) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ส่วนบริการโอนสายอัตโนมัติ บริการรับชำระค่าบริการเครดิตผ่าน
โทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริการจองบัตรชมภาพยนตร์ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

บริการหลังการขาย ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อศูนย์ดูแลลูกค้าที่ประสบเรื่อง
หาย และบริการสอบถามข้อมูล อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ส่วนบริการศูนย์ซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ในระดับเห็นด้วย
ปานกลาง

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการใน
เขตกรุงเทพมหานครในด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย
1.ราคาจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่(เบอร์ใหม่)ของ โทรศัพท์แต่ละรุ่นอยู่ในระดับที่เหมาะสม	3.12	0.99	เห็นด้วยปานกลาง
2.ราคาจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่(เครื่องใหม่ เบอร์เดิม)ของโทรศัพท์แต่ละรุ่นอยู่ในระดับที่เหมาะสม	2.90	0.95	เห็นด้วยปานกลาง
3.ราคาจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทไม่ จดทะเบียนเลขหมาย (Prepaid) ของโทรศัพท์ แต่ละรุ่นอยู่ในระดับที่เหมาะสม	3.17	0.92	เห็นด้วยปานกลาง
4. มูลค่าเงินที่เติมลงในบัตร 500,800,1,500 บาท สามารถใช้ได้นาน 50, 100 และ 200 วัน เป็น มูลค่าที่เหมาะสม	2.71	0.91	เห็นด้วยปานกลาง
5. อัตราค่าบริการโทรพื้นที่เดียวกันของโทรศัพท์ที่จด ทะเบียนเลขหมาย นาทีละ 3 บาท เป็นอัตราที่เหมาะสม	2.40	1.00	เห็นด้วยน้อย
6. อัตราค่าบริการโทรต่างประเทศของโทรศัพท์ที่จดทะเบียน เลขหมายนาทีละ 8 และ 12 บาทเป็นอัตราที่เหมาะสม	1.91	0.80	เห็นด้วยน้อย
7. อัตราค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์ที่จดทะเบียน เลขหมาย 500 บาทเป็นราคาที่เหมาะสมในการใช้ บริการ	1.54	0.73	เห็นด้วยน้อย
8. อัตราค่าบริการเสริมของโทรศัพท์ที่จดทะเบียน เลขหมายนาทีละ 5 บาทเป็นอัตราที่เหมาะสม	1.94	0.86	เห็นด้วยน้อย
9.อัตราค่าบริการโทรพื้นที่เดียวกันของโทรศัพท์ที่ไม่ จดทะเบียนเลขหมายนาทีละ 5 บาทเป็นอัตราที่ เหมาะสม	1.96	0.82	เห็นด้วยน้อย
10. อัตราค่าบริการโทรต่างประเทศของโทรศัพท์ที่ไม่จด ทะเบียนเลขหมายนาทีละ 5 และ 8 บาทเป็นอัตรา ที่เหมาะสม	2.11	0.90	เห็นด้วยน้อย
11. อัตราค่าบริการเสริมของโทรศัพท์ที่ไม่จดทะเบียน เลขหมายนาทีละ 4 บาทเป็นอัตราที่เหมาะสม	2.18	0.96	เห็นด้วยน้อย
รวม	2.36	0.63	เห็นด้วยน้อย

จากตาราง 4 แสดงว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคาอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย เมื่อจำแนกด้านราคา ออกเป็นราคาเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอัตราค่าใช้บริการ พบว่า

ราคาเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อราคาจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องใหม่เบอร์ใหม่ เครื่องใหม่เบอร์เดิม และโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทจดทะเบียนเลขหมายอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

อัตราค่าใช้บริการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อมูลค่าเงินที่เติมลงในบัตรเติมเงินอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ส่วนอัตราบริการรายเดือน อัตราค่าบริการโทรพื้นที่เดียวกัน อัตราค่าบริการโทรต่างประเทศ อัตราค่าบริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทจดทะเบียนเลขหมายและประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมายอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครในด้านความสะดวก

ด้านความสะดวก	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย
1.โทรศัพท์เคลื่อนที่ (เครื่องใหม่เบอร์ใหม่) สามารถหาซื้อได้สะดวก	4.40	0.65	เห็นด้วยมาก
2. โทรศัพท์เคลื่อนที่ (เครื่องใหม่เบอร์เดิม) สามารถหาซื้อได้สะดวก	4.29	0.72	เห็นด้วยมาก
3. โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมายสามารถหาซื้อได้สะดวก	4.27	0.76	เห็นด้วยมาก
4. การชำระค่าบริการด้วยเงินสด บัตรเครดิต เช็ค การหักบัญชีอัตโนมัติ ชำระทางไปรษณีย์ เคาน์เตอร์ หรือผ่านทางธนาคาร สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ท่าน	4.12	0.70	เห็นด้วยมาก
5. สถานที่ในการซื้อบัตรเติมเงินมีอยู่หลายแห่ง หาซื้อได้ง่าย เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านหนังสือ สถานีน้ำมัน เติมเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม	4.26	0.75	เห็นด้วยมาก
รวม	4.27	0.55	เห็นด้วยมาก

จากตาราง 5 แสดงว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวกอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อจำแนกด้านราคา ออกเป็นความสะดวกในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความสะดวกในการชำระเงิน และความสะดวกในการซื้อบัตรเติมเงิน พบว่า

ความสะดวกในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อความสะดวกในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องใหม่เบอร์ใหม่ เครื่องใหม่เบอร์เดิม และโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมาย อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ความสะดวกในการชำระเงิน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อความสะดวกที่ได้รับจากวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ความสะดวกในการซื้อบัตรเติมเงิน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อจำนวนสถานที่จำหน่ายบัตรเติมเงิน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครในด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย
1. โฆษณาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถจูงใจให้ท่านสนใจใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	4.28	0.80	เห็นด้วยมาก
2. พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอย่างดีสามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ท่านได้	3.86	0.75	เห็นด้วยมาก
3. พนักงานขายพูดจา แนะนำท่านด้วยความสุภาพและให้บริการแก่ท่านเป็นอย่างดี	3.92	0.72	เห็นด้วยมาก
4. โปรโมชั่นโทรฟรีสำหรับโทรศัพท์ที่จดทะเบียนเลขหมายสามารถจูงใจให้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น	4.51	0.70	เห็นด้วยมากที่สุด
5. การลดอัตราค่าบริการในช่วงเวลากลางคืนให้ถูกกว่าช่วงเวลากลางวันสำหรับโทรศัพท์ที่จดทะเบียนเลขหมายสามารถจูงใจให้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น	4.12	0.94	เห็นด้วยมาก
6. การยกเว้นค่าบริการรายเดือนสำหรับโทรศัพท์ที่จดทะเบียนเลขหมายสามารถจูงใจให้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น	4.31	0.77	เห็นด้วยมาก
7. การกำหนดให้ผู้ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จดทะเบียนเลขหมายได้รับการยกเว้นค่าจดทะเบียนเลขหมายและค่ามัดจำเลขหมายถือเป็นสิ่งจูงใจผู้ซื้อ	3.99	0.98	เห็นด้วยมาก
8.การที่ผู้ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่จดทะเบียนเลขหมาย (Prepaid) ได้รับสิทธิพิเศษในการเติมเงินอัตโนมัติถือเป็นสิ่งจูงใจผู้ซื้อ	4.27	0.78	เห็นด้วยมาก
9.โปรโมชั่นขยายระยะเวลาการใช้งานของบัตรเติมเงินสำหรับโทรศัพท์ที่ไม่จดทะเบียนเลขหมายสามารถจูงใจให้ซื้อบัตรเติมเงินที่มีมูลค่าสูง	4.16	0.77	เห็นด้วยมาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย
10. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายและ กิจกรรมต่างๆ ผ่านทางใบแจ้งหนี้ประจำเดือน อย่างสม่ำเสมอ	3.69	0.90	เห็นด้วยมาก
11. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายและ กิจกรรมต่างๆ ผ่านทางวารสารที่จัดส่งให้เป็น ประจำทุกเดือน	3.64	0.93	เห็นด้วยมาก
รวม	4.07	0.49	เห็นด้วยมาก

จากตาราง 6 แสดงว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อจำแนกออกเป็นการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ พบว่า

การโฆษณา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อแรงจูงใจที่ได้รับจากโฆษณาในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับมาก

การขายโดยพนักงานขาย ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อข้อมูลเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับจากพนักงานขาย และการพูดจาที่สุภาพอ่อนน้อมของพนักงาน อยู่ในระดับพอใจมาก

การส่งเสริมการขาย ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อโปรโมชั่นโทรศัพท์สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทจดทะเบียนเลขหมาย อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการส่งเสริมการขายในข้ออื่น อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

การให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อการได้รับข่าวสารผ่านทางใบแจ้งหนี้ประจำเดือน และวารสารที่ผู้ให้บริการจัดส่งให้เป็นประจำทุกเดือน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ครา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ ระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ อัตราค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉลี่ยต่อเดือน และระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตาราง 7 ถึง 29

3.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน

ตาราง 7 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน

ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร	ชาย (N=147)			หญิง (N= 252)			t
	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	
ด้านรูปแบบบริการ	3.48	0.54	พอใจปานกลาง	3.46	0.46	พอใจปานกลาง	0.38
ด้านราคา	2.36	0.69	พอใจน้อย	2.36	0.59	พอใจน้อย	0.06
ด้านความสะดวก	4.24	0.56	พอใจมาก	4.28	0.54	พอใจมาก	0.79
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	4.05	0.48	พอใจมาก	4.08	0.49	พอใจมาก	0.70
รวม	3.53	0.36	พอใจมาก	3.55	0.31	พอใจมาก	0.47

จากตาราง 7 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 8-10

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	15 – 25 ปี			26 – 30 ปี			30 ปีขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย
ด้านรูปแบบบริการ	3.46	0.45	พอใจมาก	3.50	0.51	พอใจมาก	3.45	0.51	พอใจมาก
ด้านราคา	2.47	0.62	พอใจน้อย	2.37	0.58	พอใจน้อย	2.24	0.66	พอใจน้อย
ด้านความสะดวก	4.33	0.52	พอใจมาก	4.27	0.53	พอใจมาก	4.19	0.59	พอใจมาก
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	4.12	0.46	พอใจมาก	4.06	0.49	พอใจมาก	4.03	0.52	พอใจมาก
รวม	3.59	0.29	พอใจมาก	3.55	0.32	พอใจมาก	3.48	0.37	พอใจปานกลาง

จากตาราง 8 แสดงว่า ผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่มอายุ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ยกเว้นผู้ให้บริการที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับพอใจปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านรูปแบบบริการ ด้านความสะดวกและด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับพอใจมาก ด้านราคา อยู่ในระดับพอใจน้อย

ตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
ด้านรูปแบบบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.21	0.11	0.44	0.64
	ภายในกลุ่ม	396	95.01	0.24		
	รวม	398	95.22			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	3.73	1.87	4.84*	0.01
	ภายในกลุ่ม	396	152.88	0.39		
	รวม	398	156.61			
ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	1.37	0.68	2.29	0.10
	ภายในกลุ่ม	396	117.82	0.30		
	รวม	398	119.19			
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	0.55	0.28	1.16	0.31
	ภายในกลุ่ม	396	94.55	0.24		
	รวม	398	95.11			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.99	0.49	4.65*	0.01
	ภายในกลุ่ม	396	42.09	0.11		
	รวม	398	43.07			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 แสดงว่า ผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่มอายุ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านราคา มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านราคาแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง10

ตาราง 10-1 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
ด้านราคาเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอายุ

ระดับอายุ	$\bar{X}$ ด้านราคา	ระดับอายุ 15-25 ปี	ระดับอายุ 26-30 ปี	ระดับอายุ 30 ปีขึ้นไป
		2.47	2.37	2.24
15-25 ปี	2.47	-	0.11	0.23*
26-30 ปี	2.37		-	0.13
30 ปีขึ้นไป	2.24			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10-1 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 15-25 ปี มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ด้านราคา
พอใจมากกว่าผู้บริการที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้บริการที่มีอายุในระดับ
อื่น มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ด้านราคา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 10-2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
โดยรวมเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอายุ

ระดับอายุ	$\bar{X}$ โดยรวม	ระดับอายุ 15-25 ปี	ระดับอายุ 26-30 ปี	ระดับอายุ 30 ปีขึ้นไป
		3.59	3.55	3.48
15-25 ปี	3.59	-	0.04	0.12*
26-30 ปี	3.55		-	0.07
30 ปีขึ้นไป	3.48			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10-2 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 15-25 ปี มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม
พอใจมากกว่าผู้บริการที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้บริการที่มีอายุในระดับ
อื่น มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 11-13

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคิดเห็นในการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่	ต่ำกว่าปริญญาตรี			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	$\bar{X}$	S	การแปลความ หมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความ หมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความ หมาย
ด้านรูปแบบบริการ	3.44	0.56	พอใจปานกลาง	3.47	0.45	พอใจปานกลาง	3.56	0.48	พอใจมาก
ด้านราคา	2.49	0.68	พอใจน้อย	2.31	0.61	พอใจน้อย	2.30	0.52	พอใจน้อย
ด้านความสะดวก	4.25	0.53	พอใจมาก	4.27	0.55	พอใจมาก	4.26	0.56	พอใจมาก
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	4.15	0.46	พอใจมาก	4.04	0.51	พอใจมาก	4.00	0.43	พอใจมาก
รวม	3.58	0.36	พอใจมาก	3.52	0.32	พอใจมาก	3.53	0.28	พอใจมาก

จากตาราง 11 แสดงว่า ผู้ใช้บริการแต่ละระดับการศึกษา มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสะดวกและด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับพอใจมาก ด้านรูปแบบบริการ อยู่ในระดับพอใจปานกลาง ยกเว้นผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อยู่ในระดับพอใจมาก ด้านราคาอยู่ในระดับพอใจปานกลาง

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
ด้านรูปแบบบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.47	0.24	0.99	0.37
	ภายในกลุ่ม	396	94.75	0.24		
	รวม	398	95.22			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	2.87	1.44	3.70*	0.03
	ภายในกลุ่ม	396	153.74	0.39		
	รวม	398	156.61			
ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	0.03	0.01	0.04	0.96
	ภายในกลุ่ม	396	119.16	0.30		
	รวม	398	119.19			
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	1.19	0.60	2.51	0.08
	ภายในกลุ่ม	396	93.92	0.24		
	รวม	398	95.11			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.31	0.15	1.43	0.24
	ภายในกลุ่ม	396	42.76	0.11		
	รวม	398	43.07			

จากตาราง 12 แสดงว่า ผู้ใช้บริการแต่ละระดับการศึกษา มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านราคา มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านราคาแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง13

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
ด้านราคาเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$ ด้านราคา	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.44	3.47	3.56
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.44	-	0.19*	0.19
ปริญญาตรี	3.47		-	0.00
สูงกว่าปริญญาตรี	3.56			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา พอใจมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาในระดับอื่น มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 14-16

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต			ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ			พนักงานบริษัทเอกชน			อื่นๆ		
	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย
รูปแบบบริการ	3.39	0.42	พอใจปานกลาง	3.46	0.53	พอใจปานกลาง	3.53	0.49	พอใจมาก	3.26	0.45	พอใจปานกลาง
ราคา	2.42	0.56	พอใจน้อย	2.42	0.73	พอใจน้อย	2.32	0.60	พอใจน้อย	2.31	0.65	พอใจน้อย
ความสะดวก	4.39	0.49	พอใจมาก	4.21	0.50	พอใจมาก	4.23	0.57	พอใจมาก	4.33	0.61	พอใจมาก
นิกิจกรรมเสริมการตลาด	4.10	0.53	พอใจมาก	4.10	0.44	พอใจมาก	4.03	0.50	พอใจมาก	4.13	0.42	พอใจมาก
รวม	3.58	0.29	พอใจมาก	3.55	0.34	พอใจมาก	3.53	0.35	พอใจมาก	3.51	0.24	พอใจมาก

จากตาราง 14 แสดงว่า ผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มอาชีพ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสะดวกและด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับพอใจมาก ด้านรูปแบบบริการอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลางยกเว้นอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอยู่ในระดับพอใจมาก และด้านราคาอยู่ในระดับพอใจน้อย

ตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
ด้านรูปแบบบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.46	0.82	3.49*	0.02
	ภายในกลุ่ม	395	92.76	0.24		
	รวม	398	95.22			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	1.00	0.33	0.85	0.47
	ภายในกลุ่ม	395	155.61	0.39		
	รวม	398	156.61			
ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	1.78	0.59	2.00	0.11
	ภายในกลุ่ม	395	117.41	0.30		
	รวม	398	119.19			
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	0.64	0.21	0.89	0.45
	ภายในกลุ่ม	395	94.47	0.24		
	รวม	398	95.11			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.18	0.06	2.54	0.65
	ภายในกลุ่ม	395	42.90	0.11		
	รวม	398	43.07			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 15 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านทั้ง 4 ด้าน พบว่าด้านรูปแบบบริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านรูปแบบบริการแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง16

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
ด้านรูปแบบบริการเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$ ด้านรูปแบบ บริการ	อาชีพ			
		นักเรียน/ นัก ศึกษา/นิสิต	ข้าราชการ/รัฐ วิสาหกิจ	พนักงานบริษัท เอกชน	อื่นๆ
		3.39	3.46	3.53	3.26
นักเรียน/ นัก ศึกษา/นิสิต	3.39	-	0.07	0.13*	0.13
ข้าราชการ/รัฐ วิสาหกิจ	3.46		-	0.06	0.20
พนักงานบริษัท เอกชน	3.53			-	0.27*
อื่นๆ	3.26				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการ พอใจมากกว่าผู้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต และอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้บริการที่มีอาชีพอื่นๆ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 17-19

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	≥10,000 บาท			10,001-15,000 บาท			15,001-20,000 บาท			20,000 บาทขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย
รูปแบบบริการ	3.49	0.45	พอใจปานกลาง	3.42	0.55	พอใจปานกลาง	3.45	0.46	พอใจปานกลาง	3.51	0.47	พอใจมาก
ราคา	2.48	0.62	พอใจน้อย	2.33	0.62	พอใจน้อย	2.35	0.58	พอใจน้อย	2.20	0.66	พอใจน้อย
ความสะดวก	4.28	0.51	พอใจมาก	4.24	0.55	พอใจมาก	4.41	0.56	พอใจมาก	4.17	0.59	พอใจมาก
กิจกรรมส่งเสริมการตลาด	4.06	0.49	พอใจมาก	4.1	0.49	พอใจมาก	4.11	0.52	พอใจมาก	3.96	0.44	พอใจมาก
	3.57	0.29	พอใจมาก	3.53	0.35	พอใจมาก	3.58	0.34	พอใจมาก	3.46	0.35	พอใจปานกลาง

จากตาราง 17 แสดงว่าผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม อยู่ในระดับพอใจมาก ยกเว้นผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป อยู่ในระดับพอใจปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับพอใจมาก ด้านรูปแบบบริการ อยู่ในระดับพอใจปานกลาง ยกเว้นผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป อยู่ในระดับพอใจมาก และด้านราคา อยู่ในระดับพอใจน้อย

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
ด้านรูปแบบบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.51	0.17	0.71	0.55
	ภายในกลุ่ม	395	94.71	0.24		
	รวม	398	95.22			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3	3.83	1.28	3.30*	0.02
	ภายในกลุ่ม	395	152.78	0.38		
	รวม	398	156.61			
ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	2.02	0.68	2.28	0.08
	ภายในกลุ่ม	395	117.16	0.30		
	รวม	398	119.19			
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	1.34	0.45	1.88	0.13
	ภายในกลุ่ม	395	93.77	0.24		
	รวม	398	95.11			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.74	0.25	2.32	0.08
	ภายในกลุ่ม	395	42.33	0.11		
	รวม	398	43.07			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 แสดงว่า ผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านราคามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านราคาแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง19

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
ด้านราคาเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$ ด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		$\geq 10,000$ บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,000 บาท ขึ้นไป
		2.48	2.33	2.35	2.20
$\geq 10,000$ บาท	2.48	-	0.15	0.13	0.27*
10,001-15,000 บาท	2.33		-	0.02	0.12
15,001-20,000 บาท	2.35			-	0.15
20,000 บาทขึ้นไป	2.20				-

จากตาราง 19 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา พอใจมากกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอื่น มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคาแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ผู้ใช้บริการที่มีตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏ
ผลดังตาราง 20-22

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ความคิดเห็นในการใช้	โนเกีย (Nokia)			อีริคสัน (Ericsson)			โมโตโรล่า (Motorola)			ซีเมนส์ (Siemens)			อื่นๆ		
	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย
โทรศัพท์เคลื่อนที่															
ด้านรูปแบบบริการ	3.54	0.46	พอใจมาก	3.39	0.45	พอใจ	3.47	0.59	พอใจ	3.43	0.53	พอใจ	3.33	0.37	พอใจ
ด้านราคา	2.41	0.64	พอใจน้อย	2.31	0.61	ปานกลาง	2.38	0.60	พอใจน้อย	2.36	0.63	ปานกลาง	2.11	0.61	พอใจน้อย
ด้านความสะดวก	4.20	0.51	พอใจมาก	4.26	0.57	พอใจมาก	4.29	0.64	พอใจมาก	4.28	0.54	พอใจมาก	4.57	0.48	พอใจมากที่สุด
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	4.03	0.47	พอใจมาก	4.09	0.44	พอใจมาก	4.02	0.59	พอใจมาก	4.12	0.49	พอใจมาก	4.24	0.50	พอใจมาก
รวม	3.54	0.33	พอใจมาก	3.51	0.31	พอใจมาก	3.54	0.41	พอใจมาก	3.55	0.31	พอใจมาก	3.56	0.24	พอใจมาก

จากตาราง 20 แสดงว่า ผู้ใช้บริการแต่ละตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นราย
ด้านพบว่าด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับพอใจมาก ด้านความสะดวกอยู่ในระดับพอใจมาก ยกเว้นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ตรา (ยี่ห้อ) อื่นๆ อยู่ในระดับพอใจมากที่สุด
ด้านรูปแบบบริการอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ยกเว้นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ตรา (ยี่ห้อ) โนเกีย อยู่ในระดับพอใจมาก และด้านราคาอยู่ในระดับพอใจน้อย

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
ด้านรูปแบบบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.00	0.50	2.11	0.08
	ภายในกลุ่ม	394	93.22	0.24		
	รวม	398	95.22			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4	2.46	0.62	1.57	0.18
	ภายในกลุ่ม	394	154.15	0.39		
	รวม	398	156.61			
ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4	3.41	0.85	2.90*	0.02
	ภายในกลุ่ม	394	115.78	0.29		
	รวม	398	119.18			
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4	1.48	0.37	1.56	0.19
	ภายในกลุ่ม	394	93.63	0.24		
	รวม	398	95.11			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.08	0.02	0.18	0.95
	ภายในกลุ่ม	394	42.99	0.11		
	รวม	398	43.07			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 แสดงว่า ผู้ใช้บริการแต่ละตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านความสะดวกมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ส่วนด้านอื่นๆ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการที่มีตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านความสะดวกแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง22

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
ด้านความสะดวกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้	$\bar{X}$	ตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้				
		ด้านความสะดวก	โนเกีย	อิริคสัน	โมโตโรล่า	ซีเมนส์
			4.20	4.26	4.29	4.28
โนเกีย	4.20	-	0.06	0.09	0.08	0.36*
อิริคสัน	4.26		-	0.04	0.03	0.31*
โมโตโรล่า	4.29			-	0.01	0.27*
ซีเมนส์	4.28				-	0.28*
ฟิลิปส์	4.57					-

จากตาราง 22 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ตราอื่นๆ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวก พอใจมากกว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ตราโนเกีย อิริคสัน โมโตโรล่า และซีเมนส์ ส่วนผู้ใช้บริการตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่อื่น มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของด้านความสะดวกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.7 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏ
ผลดังตาราง 23-25

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคิดเห็นในการใช้		> 6 เดือน		6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี		1 ปีแต่ไม่ถึง 3 ปี		ตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป	
โทรศัพท์เคลื่อนที่		$\bar{X}$	S	การแปล	$\bar{X}$	S	การแปล	$\bar{X}$	S
		ความหมาย		ความหมาย	ความหมาย		ความหมาย	ความหมาย	
ด้านรูปแบบบริการ		3.72	0.41	พอใจมาก	3.42	0.52	พอใจ	3.44	0.47
							ปานกลาง		
ด้านราคา		2.23	0.55	พอใจน้อย	2.43	0.67	พอใจน้อย	2.38	0.57
							ปานกลาง		
ด้านความสะดวก		4.25	0.47	พอใจมาก	4.36	0.55	พอใจมาก	4.29	0.58
							พอใจมาก		
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด		3.99	0.43	พอใจมาก	4.15	0.48	พอใจมาก	4.08	0.50
							พอใจมาก		
รวม		3.55	0.25	พอใจมาก	3.59	0.36	พอใจมาก	3.55	0.32
							พอใจมาก		
							พอใจมาก	3.45	0.33
							พอใจปานกลาง		

จากตาราง 23 แสดงว่า ผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ยกเว้นระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับพอใจปานกลาง และรายด้านพบว่าด้านความสะดวกและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับพอใจมาก ด้านรูปแบบบริการ อยู่ในระดับพอใจปานกลาง ยกเว้นระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่น้อยกว่า 6 เดือน อยู่ในระดับพอใจน้อย และด้านราคา อยู่ในระดับพอใจน้อย

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
ด้านรูปแบบบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.79	0.93	3.98*	0.01
	ภายในกลุ่ม	395	92.43	0.23		
	รวม	398	95.22			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3	1.82	0.61	1.55	0.20
	ภายในกลุ่ม	395	154.80	0.39		
	รวม	398	156.61			
ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	3.42	1.14	3.89*	0.01
	ภายในกลุ่ม	395	115.77	0.29		
	รวม	398	119.79			
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	1.71	0.57	2.40	0.07
	ภายในกลุ่ม	395	93.40	0.24		
	รวม	398	95.11			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.87	0.29	2.71*	0.04
	ภายในกลุ่ม	395	42.20	0.11		
	รวม	398	43.07			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 แสดงว่า ผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านรูปแบบบริการและด้านความสะดวกมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ส่วนด้านอื่นๆ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านรูปแบบบริการและด้านความสะดวกแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง25

ตาราง 25-1 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขต
กรุงเทพมหานครด้านรูปแบบบริการเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการใช้
โทรศัพท์เคลื่อนที่

ระยะเวลาในการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่	$\bar{X}$ ด้านรูปแบบบริการ	ระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่			
		> 6 เดือน	6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี	1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี	3 ปีขึ้นไป
		3.72	3.42	3.44	3.48
> 6 เดือน	3.72	-	0.29*	0.28*	0.24*
6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี	3.42		-	0.01	0.06
1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี	3.44			-	0.05
3 ปีขึ้นไป	3.48				-

จากตาราง 25-1 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่น้อยกว่า 6 เดือน มีความ
คิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการ พอใจมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์
เคลื่อนที่ 6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี 1 ปีแต่ไม่ถึง 3 ปี และ 3 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้
ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อื่น มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการ
แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 25-2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขต
กรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการใช้
โทรศัพท์เคลื่อนที่

ระยะเวลาในการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่	$\bar{X}$ ด้านความสะดวก	ระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่			
		> 6 เดือน	6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี	1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี	3 ปีขึ้นไป
		4.25	4.36	4.29	4.09
> 6 เดือน	4.25	-	0.11	0.05	0.15
6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี	4.36		-	0.06	0.26*
1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี	4.29			-	0.20*
3 ปีขึ้นไป	4.09				-

จากตาราง 25-2 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี
และ 1 ปีแต่ไม่ถึง 3 ปี มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวก พอใจมากกว่าผู้ใช้บริการที่มี
ระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 3 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีระยะเว
ลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อื่น มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัย
สำคัญทางสถิติ

ตาราง 25-3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขต
กรุงเทพมหานครโดยรวมเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ระยะเวลาในการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่	$\bar{X}$ โดยรวม	ระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่			
		> 6 เดือน	6 เดือนแต่ ไม่ถึง 1 ปี	1 ปี แต่ไม่ ถึง 3 ปี	3 ปีขึ้นไป
		3.55	3.59	3.55	3.45
> 6 เดือน	3.55	-	0.04	0.04	0.09
6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี	3.59		-	0.04	0.13*
1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี	3.55			-	0.09*
3 ปีขึ้นไป	3.45				-

จากตาราง 25-3 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี และ 1 ปีแต่ไม่ถึง 3 ปี มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม พอใจมากกว่าผู้ที่ใช้การที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 3 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อื่น มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.8 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 ผู้ใช้บริการที่มีอัตราค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 26

ตาราง 26 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตาม อัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการใน เขตกรุงเทพมหานคร	≥1,000 บาท (N=147)			1,000 บาทขึ้นไป (N= 252)			t
	$\bar{X}$	S	การแปล ความหมาย	$\bar{X}$	S	การแปล ความหมาย	
ด้านรูปแบบบริการ	3.45	0.48	พอใจปานกลาง	3.49	0.50	พอใจปานกลาง	0.88
ด้านราคา	2.39	0.64	พอใจน้อย	2.31	0.61	พอใจน้อย	1.16
ด้านความสะดวก	4.31	0.55	พอใจมาก	4.20	0.54	พอใจมาก	1.96
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	4.04	0.51	พอใจมาก	4.10	0.46	พอใจมาก	1.13
รวม	3.55	0.35	พอใจมาก	3.53	0.30	พอใจมาก	0.62

จากตาราง 26 แสดงว่า ผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.9 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9 ผู้ใช้บริการที่มีระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดัง

ตาราง 27-29

ตาราง 27 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ความคิดเห็นในการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่	ดิจิทัลจีเอสเอ็ม 2 วัด			ระบบ 1800			ดิจิทัลจีเอสเอ็ม 1800			วันทูคอล (one-2-call)			Dprompt		
	$\bar{X}$	S	การแปล	$\bar{X}$	S	การแปล	$\bar{X}$	S	การแปล	$\bar{X}$	S	การแปล	$\bar{X}$	S	การแปล
ด้านรูปแบบบริการ	3.74	0.45	พอใจมาก	3.49	0.43	พอใจ	3.20	0.52	พอใจ	3.67	0.36	พอใจมาก	3.25	0.44	พอใจ
ด้านราคา	2.27	0.67	พอใจน้อย	2.23	0.68	พอใจน้อย	2.41	0.48	พอใจน้อย	2.35	0.76	พอใจน้อย	2.53	0.46	พอใจ
ด้านความสะดวก	4.00	0.48	พอใจมาก	4.20	0.57	พอใจมาก	4.29	0.47	พอใจมาก	4.48	0.60	พอใจมาก	4.37	0.50	พอใจมาก
ด้านกิจกรรมส่งเสริม	3.92	0.44	พอใจมาก	3.94	0.57	พอใจมาก	4.19	0.45	พอใจมาก	4.27	0.52	พอใจมาก	4.03	0.35	พอใจมาก
การตลาด															
รวม	3.48	0.35	พอใจมาก	3.46	0.37	พอใจ	3.52	0.23	พอใจมาก	3.69	0.34	พอใจมาก	3.55	0.29	พอใจมาก

จากตาราง 27 แสดงว่า ผู้ใช้บริการแต่ละระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ยกเว้นผู้ให้บริการระบบ 1800 อยู่ในระดับพอใจปานกลาง และรายด้านพบว่า ด้านความสะดวกและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับพอใจมาก ด้านรูปแบบบริการ อยู่ในระดับพอใจมาก ยกเว้น ผู้ให้บริการระบบ 1800 ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม 1800 และDprompt ด้านราคา อยู่ในระดับพอใจน้อย ยกเว้นผู้ให้บริการ Dprompt

ตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้ต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
ด้านรูปแบบบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	18.71	4.68	24.09*	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	76.51	0.19		
	รวม	398	95.22			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4	4.70	1.18	3.05*	0.02
	ภายในกลุ่ม	394	151.91	0.39		
	รวม	398	156.61			
ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4	10.30	2.56	9.32*	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	108.89	0.28		
	รวม	398	119.19			
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4	7.52	1.88	8.45*	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	87.59	0.22		
	รวม	398	95.11			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	2.54	0.64	6.17*	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	40.54			
	รวม	398	43.07			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 แสดงว่า ผู้ใช้บริการแต่ละระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง29

ตาราง 29-1 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านรูปแบบบริการเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้	ด้านรูปแบบบริการ	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้	ระบบ 1800	ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัดต์	ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 (one-2-call)	Dprompt
ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัดต์	3.74	-	0.25*	0.54*	0.06	0.48*
ระบบ 1800	3.49	-	0.23*	0.06	0.19*	0.23*
ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800	3.20	-	-	-	0.48*	0.06
วันทูกอล (one-2-call)	3.67	-	-	-	-	0.42*
Dprompt	3.25	-	-	-	-	-

จากตาราง 29-1 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่ใช้ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัดต์ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการ พอใจมากกว่าระบบ 1800 ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 และDprompt อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ใช้บริการที่ใช้วันทูกอล (one-2-call) มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการ พอใจมากกว่าระบบ 1800 ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 และDprompt อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่อื่น มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 29-2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้	X	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้			
เคลื่อนที่ที่ใช้	ด้านราคา	ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัดต์	ระบบ 1800	ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800	วันทูลล (one-2-call) Dprompt
ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัดต์	2.27	-	0.04*	0.14	0.08 0.26*
ระบบ 1800	2.23		-	0.19	0.12 0.31*
ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800	2.41			-	0.07 0.12
วันทูลล (one-2-call)	2.35				- 0.19
Dprompt	2.53				-

จากตาราง 29-2 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่ใช้ Dprompt มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา พอใจมากกว่าระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัดต์ และระบบ 1800 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอื่น มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 29-3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้		X̄		ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้		
เคลื่อนที่ที่ใช้		ด้านความสะดวก	ดิจิทัลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์	ระบบ 1800	ดิจิทัลจีเอสเอ็ม 1800 (one-2-call)	Dprompt
ดิจิทัลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์		4.00	-	0.20*	0.29*	0.47*
ระบบ 1800		4.20		-	0.08	0.27*
ดิจิทัลจีเอสเอ็ม 1800		4.29			-	0.19*
วันทูคอล (one-2-call)		4.48				-
Dprompt		4.37				0.01
						-

จากตาราง 29-3 แสดงว่า ผู้ใช้บริการระบบ 1800 ดิจิทัลจีเอสเอ็ม 1800 วันทูคอล (one-2-call) และ Dprompt มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวก พอใจมากกว่าระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ใช้บริการวันทูคอล (one-2-call) และDprompt มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวก พอใจมากกว่าระบบ 1800 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ใช้บริการวันทูคอล (one-2-call) มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวกพอใจมากกว่าระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม 1800 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอื่น มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 29-5 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดย
จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้	$\bar{X}$		ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้		
	โดยรวม	ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์	ระบบ 1800	ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800	วันทูคอล (one-2-call)
ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์	3.48	-	0.02	0.04	0.21*
ระบบ 1800	3.46		-	0.06	0.23*
ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800	3.52			-	0.17*
วันทูคอล (one-2-call)	3.69				-
Dprompt	3.55				0.14*
					-

จากตาราง 29-5 แสดงว่า ผู้ใช้บริการวันทูคอล (one-2-call) มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม พอใจมากกว่าระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ ระบบ 1800 ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 และ Dprompt อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอื่น มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 4 การรวบรวมข้อเสนอแนะในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการรวบรวมข้อเสนอแนะในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จากแบบสอบถามปลายเปิดในตอนท้ายของแบบสอบถาม โดยวิธีการนำเสนอในรูปความถี่

ตาราง 30 ข้อเสนอแนะในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถามปลายเปิดด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็น	ความถี่
ด้านรูปแบบบริการ	
1. ควรขยายเครือข่ายสัญญาณให้ครอบคลุมทุกพื้นที่และให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ภายในอาคาร สำนักงาน ลิฟท์ ลานจอดรถ เป็นต้น	35
2. ควรแก้ไขปัญหาสายหลุดระหว่างการสนทนา	4
3. ควรจัดหาอุปกรณ์เสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรุ่นมาจำหน่าย เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการ	1
4. ปรับปรุงและพัฒนาบริการ Mobile Life ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	1
5. การให้บริการของพนักงานควรมีความกระตือรือร้นมากยิ่งขึ้น และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าได้	7
6. เพิ่มตู้สายของบริการสอบถามข้อมูล (Call Center) ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อสามารถติดต่อได้ง่ายขึ้น	1
7. ใบแจ้งหนี้ประจำเดือนควรปรับปรุงให้มีความกระชับและเข้าใจง่ายมากขึ้น	1
8. ใบแจ้งหนี้ประจำเดือนควรตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งถึงลูกค้า	2
ด้านราคา	
1. ลดอัตราค่าบริการโทรพื้นที่เดียวกันหรือโทรต่างพื้นที่	49
2. การคิดอัตราค่าบริการโทรพื้นที่เดียวกันหรือต่างพื้นที่ ควรคิดเป็นวินาที	5
3. ลดหรือยกเว้นอัตราค่าบริการรายเดือน	36
4. ยกเว้นอัตราค่าบริการเสริม	1
5. ลดราคาจำหน่ายเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (เครื่องใหม่เบอร์ใหม่) ลง	22
6. ลดราคาจำหน่ายเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (เครื่องใหม่เบอร์เดิม) ลง	1
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	
1. ปรับปรุงโปรโมชั่นโทรฟรีให้จูงใจมากกว่าในปัจจุบัน	14
2. จัดของสมนาคุณสำหรับลูกค้าที่ชำระค่าบริการภายในระยะเวลาที่กำหนด	1
3. ควรขยายระยะเวลาในการใช้บัตรเติมเงินให้มีระยะเวลายาวนานขึ้น	3
4. ควรจัดรายการส่งเสริมการขายสำหรับให้ลูกค้าเก่าสามารถเปลี่ยนโปรโมชั่นโทรฟรีได้	1
5. จัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นให้ใช้บริการเสริมมากยิ่งขึ้น	3

ตาราง 30 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพิ่มเติมดังนี้

1. ด้านรูปแบบบริการ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ขยายเครือข่ายสัญญาณให้ครอบคลุมทุกพื้นที่และให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ขยายเครือข่ายสัญญาณภายในอาคารสำนักงาน ลิฟท์ ลานจอดรถ เป็นต้น เพื่อผู้บริการจะได้รับความสะดวกในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น

2. ด้านราคา ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรลดอัตราค่าบริการโทรพื้นที่เดียวกันหรือโทรต่างพื้นที่ลง เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาในตลาดและคู่แข่งในปัจจุบัน

3. ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ปรับปรุงโปรโมชั่นโทรฟรีให้จูงใจมากกว่าในปัจจุบัน โดยการขยายระยะเวลาโปรโมชั่นดังกล่าว เพื่อจูงใจให้มีจำนวนผู้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้นและสามารถจูงใจให้ผู้บริการเดิมใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้
 - 1.1 ด้านรูปแบบบริการ
 - 1.2 ด้านราคา
 - 1.3 ด้านความสะดวก
 - 1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการใน 4 ด้าน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ตรา(ยี่ห้อ)โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ ระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ อัตราค่าใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะก่อให้เกิดประโยชน์ดังนี้

1. เป็นข้อมูลเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนต่อผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับใช้ประกอบการปรับปรุงบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. เป็นข้อมูลให้ผู้บริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้พิจารณาแนวทางในการเพิ่มคุณภาพการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ คนไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ จะคัดเลือกจากคนไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย และจำแนกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเกณฑ์ในการแบ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 5 กลุ่ม ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ผู้ใช้บริการในระบบเซลลูลาร์ 900 และระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ ซึ่งมีผู้ให้บริการรายเดียวกัน จำนวน 80 ราย ผู้ใช้บริการในระบบ 800 และระบบ 1800 ซึ่งมีผู้ให้บริการรายเดียวกันจำนวน 80 ราย ผู้ใช้บริการในระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 จำนวน 80 ราย ผู้ใช้บริการวันทูคอล จำนวน 80 ราย และผู้ให้บริการDpromt จำนวน 80 ราย ทั้งนี้การนำผู้ให้บริการระบบเซลลูลาร์ 900รวมกับระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ และนำระบบ 800 รวมกับระบบ 1800 เนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 800 และ ระบบเซลลูลาร์ 900 ในเขตกรุงเทพมหานครปัจจุบันมีผู้ให้บริการอยู่น้อยราย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่เพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่อายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน
4. ผู้ใช้บริการที่อาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน
5. ผู้ใช้บริการที่รายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน
6. ผู้ใช้บริการที่ใช้ตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน
7. ผู้ใช้บริการที่ระยะเวลาการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน
8. ผู้ใช้บริการที่อัตราค่าใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน
9. ผู้ใช้บริการที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือคนไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจะคัดเลือกจากคนไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย และจำแนกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเกณฑ์ในการแบ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนที่เท่ากัน (Quota Sampling) กลุ่มละ 80 ราย คือ ผู้ใช้บริการระบบเซลลูลาร์ 900 และระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ จำนวน 80 ราย ผู้ใช้บริการระบบ 800 และระบบ 1800 จำนวน 80 ราย ผู้ใช้บริการระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 จำนวน 80 ราย ผู้ใช้บริการวันทูคอล (one-2-call) จำนวน 80 ราย และผู้ให้บริการ Dprompt จำนวน 80 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็น แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ตัวเลือก ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, ตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้, ระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่, อัตราค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉลี่ยต่อเดือน, ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามวัดความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 4 ด้าน คือ ด้านรูปแบบบริการ จำนวน 10 ข้อ ด้านราคา จำนวน 11 ข้อ ด้านความสะดวก จำนวน 5 ข้อ และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จำนวน 11 ข้อ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.83

ตอนท้ายของแบบสอบถามจะเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อทราบความคิดเห็นเพิ่มเติมในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการให้ปรับปรุง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังห้างสรรพสินค้าต่างๆ ที่ได้เลือกไว้

2. ติดต่อผู้บริหารห้างสรรพสินค้า เพื่อขอความร่วมมือ และอนุญาตในการสอบถามผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่บริเวณหน้าห้างสรรพสินค้าในช่วงเวลาที่ทำการวิจัย คือ วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 มกราคม 2545 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด ซึ่งได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ 399 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 99.75

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการประมวลข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS/PC⁺ (Statistical Package for the Social Sciences/Personal Computer Plus) โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รวบรวมมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อเตรียมนำมาวิเคราะห์
2. วิเคราะห์สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าร้อยละ
3. วิเคราะห์ความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายด้านและรายข้อ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 4.50-5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากที่สุด

คะแนน 3.50-4.49 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมาก

คะแนน 2.50-3.49 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นด้วยปานกลาง

คะแนน 1.50-2.49 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นด้วยน้อย

คะแนน 1.00-1.49 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นด้วยน้อยที่สุด

4. เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) และระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

5. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดนำมาแจกแจงความถี่

ผลการศึกษาค้นคว้า

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครสรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 399 ราย เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 63.20) ส่วนใหญ่มีอายุ 26-30 ปี (ร้อยละ 31.80) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 61.70) เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 52.60) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (ร้อยละ 34.30) ตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้คือ โนเกีย (ร้อยละ 43.60) มีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (เครื่องที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน) 1 ปีแต่ไม่ถึง 3 ปี (ร้อยละ 42.10) มีอัตราค่าใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท (57.90) ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ (ร้อยละ 20.60)

2. ความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านความสะดวก ($\bar{X} = 4.27$) และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.07$) อยู่ในระดับพอใจมาก ด้านรูปแบบบริการ ($\bar{X} = 3.47$) อยู่ในระดับพอใจปานกลาง และด้านราคา ($\bar{X} = 2.36$) อยู่ในระดับพอใจน้อย

2.1 ด้านรูปแบบบริการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการ

2.1.1 บริการพื้นฐาน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากจำนวน 1 ข้อ คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อุปกรณ์สัญญาณชัดเจนระหว่างการสนทนา ($\bar{X} = 3.77$) และอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย จำนวน 1 ข้อ คือ การไม่เคยประสบปัญหาสายหลุดระหว่างการสนทนา ($\bar{X} = 2.48$)

2.1.2 บริการเสริม ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากจำนวน 2 ข้อ คือ บริการรับสายเรียกซ้อนและพักสายสามารถช่วยท่านไม่ให้พลาดการรับสายที่สำคัญ ($\bar{X} = 3.37$) และบริการรับฝากข้อความ (SMS) เป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่อำนวยความสะดวกให้แก่ท่าน ($\bar{X} = 3.99$) ส่วนข้ออื่นๆ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

2.1.3 บริการหลังการขาย ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากจำนวน 1 ข้อ คือ ศูนย์ดูแลลูกค้าที่ประสบปัญหาเครื่องหายเป็นบริการที่จำเป็น ($\bar{X} = 3.88$) ส่วนข้ออื่นๆ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

2.2 ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา

2.2.1 ราคาจำหน่ายเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลางจำนวน 3 ข้อ คือ ราคาจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (เบอร์ใหม่) ของโทรศัพท์แต่ละรุ่นอยู่ในระดับที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.12$) ราคาจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (เครื่องใหม่เบอร์เดิม) ของโทรศัพท์แต่ละรุ่นอยู่ในระดับที่เหมาะสม ($\bar{X} = 2.90$) ราคาจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมาย (Prepaid) ของโทรศัพท์แต่ละรุ่นอยู่ในระดับที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.17$)

2.2.2 อัตราค่าบริการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 1 ข้อ คือ มูลค่าเงินที่เติมลงในบัตรเติมเงิน 500, 800, 1,500 บาท สามารถใช้งานได้นาน 50, 100 และ 200 วัน ($\bar{X} = 2.71$) ส่วนข้ออื่นๆ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

2.3 ด้านความสะดวก ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวก

2.3.1 ความสะดวกในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก จำนวน 3 ข้อ คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ (เครื่องใหม่เบอร์ใหม่) สามารถหาซื้อได้สะดวก ($\bar{X} = 4.40$) โทรศัพท์เคลื่อนที่ (เครื่องใหม่เบอร์เดิม) สามารถหาซื้อได้สะดวก ($\bar{X} = 4.29$) โทรศัพท์เคลื่อนที่ ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมายสามารถหาซื้อได้สะดวก ($\bar{X} = 4.27$)

2.3.2 ความสะดวกในการชำระเงิน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก จำนวน 1 ข้อ คือ การชำระค่าบริการด้วยเงินสด บัตรเครดิต เช็ค การหักบัญชีอัตโนมัติ ชำระทางไปรษณีย์ โฉนดเช็ค หรือผ่านทางธนาคาร สามารถอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.12$)

2.3.3 ความสะดวกในการซื้อบัตรเติมเงิน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก จำนวน 1 ข้อ คือ สถานที่ในการซื้อบัตรเติมเงินมีอยู่หลายแห่งหาซื้อได้ง่าย ($\bar{X} = 4.26$)

2.4 ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

2.4.1 การโฆษณา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก จำนวน 1 ข้อ คือ โฆษณาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถจูงใจให้ท่านสนใจใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ($\bar{X} = 4.28$)

2.4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก จำนวน 2 ข้อ คือ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอย่างดีสามารถให้ข้อมูลที่เพียงพอ ($\bar{X} = 3.86$) และพนักงานขายพูดจาให้คำแนะนำด้วยความสุภาพและให้บริการเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.92$)

2.4.3 การส่งเสริมการขาย ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 1 ข้อ คือ โปรโมชั่นโทรฟรีสำหรับโทรศัพท์จดทะเบียนเลขหมายสามารถจูงใจให้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น ($\bar{X} = 4.51$) ส่วนข้ออื่นๆ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

2.4.4 การให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก จำนวน 2 ข้อ คือ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายและกิจกรรมต่างๆ ผ่านทางใบแจ้งหนี้ประจำเดือน ($\bar{X} = 3.69$) และการให้ข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายและกิจกรรมต่างๆ ผ่านทางวารสารที่จัดส่งให้เป็นประจำทุกเดือน ($\bar{X} = 3.64$)

3. การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1 การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ที่ว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ที่ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มอายุ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมอายุ 15-25 ปีและ 26-30 ปี อยู่ในระดับพอใจมาก และอายุ 30 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับพอใจปานกลาง และมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านรูปแบบบริการ ด้านความสะดวกและด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับพอใจมาก ด้านราคา อยู่ในระดับพอใจน้อย โดยด้านรูปแบบบริการ ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ด้านราคาผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอายุ 15-25 ปี พอใจมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุในระดับอื่น มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคาแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ที่ว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการแต่ละระดับการศึกษา มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก และมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านความสะดวกและด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับพอใจมาก ด้านรูปแบบบริการผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใจมาก ผู้ใช้บริการที่มีการ

ผู้ใช้บริการแต่ละระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ยกเว้นผู้ใช้บริการระบบ 1800 มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ในระดับพอใจปานกลาง และมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่าด้านความสะดวกและด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับพอใจมาก ด้านรูปแบบบริการผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ และวันทูคอล (one-2-call) อยู่ในระดับพอใจมาก ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1800 ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 และ Dprompt อยู่ในระดับพอใจปานกลาง ด้านราคา อยู่ในระดับพอใจน้อย ยกเว้นผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ Dprompt อยู่ในระดับพอใจปานกลาง โดยด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวกและด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 โดยผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ และวันทูคอล (one-2-call) มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการ พอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1800 ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 และ Dprompt อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอื่นมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ Dprompt มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา พอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ และ 1800 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอื่นมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1800 ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 วันทูคอล (one-2-call) และ Dprompt มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวก พอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ Dprompt มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวก พอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1800 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบวันทูคอล (one-2-call) มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวก พอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1800 และดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอื่นมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวก แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 และวันทูคอล (one-2-call) มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด พอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ ระบบ 1800 และ Dprompt อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอื่นมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. การรวบรวมเป็นความถี่ของข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ดังนี้

1. ด้านรูปแบบบริการ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรขยายเครือข่ายสัญญาณให้ครอบคลุมทุกพื้นที่และให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ขยายเครือข่ายสัญญาณภายในอาคารสำนักงาน ลิฟท์ ลานจอดรถ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการจะได้รับความสะดวกในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น
2. ด้านราคา ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรลดอัตราค่าบริการโทรพื้นที่เดียวกันหรือโทรต่างพื้นที่ลง เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาในตลาดและคู่แข่งในปัจจุบัน

2.3 ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ปรับปรุงโปรโมชั่นโทรศัพท์ให้จูงใจมากกว่าในปัจจุบัน โดยการขยายระยะเวลาโปรโมชั่นดังกล่าว เพื่อจูงใจให้มีจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้นและสามารถจูงใจให้ผู้ใช้บริการเดิมใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้ คือ

1. ผลการศึกษาความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1.1 ด้านรูปแบบบริการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม อยู่ในระดับพอใจปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันยังมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ คือ เครือข่ายสัญญาณการให้บริการยังไม่สามารถครอบคลุมได้ทุกพื้นที่ อีกทั้งผู้ใช้บริการยังประสบปัญหาสายหลุดระหว่างการสนทนา ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการไม่ได้รับความสะดวกจากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของว่าที่ร้อยเอกธนันชัย สุนพคุณศรี (2541 : 113) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับพอใจปานกลางคือ รูปแบบบริการเสริม : บริการโอนสายอัตโนมัติ บริการชำระค่าบัตรเครดิตผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริการจองบัตรชมภาพยนตร์ยังไม่สามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการให้บริการดังกล่าวจะมีการคิดค่าบริการเพิ่มเติมจากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ปกติ นั่นคือการโทรออก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวีรวรรณ ปรางเณง (2538 : 86) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 มีความสนใจบริการใหม่และบริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่สูงนัก เนื่องจากบริการเดิมเพียงพอกับความต้องการหรือความจำเป็นในการใช้งานแล้ว และยังไม่สนใจในประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการใหม่ อีกทั้งยังต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมซึ่งไม่คุ้มกับค่าใช้จ่าย นอกจากนี้การได้รับความสะดวกในการใช้บริการศูนย์ซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์บริการซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้บริการ และการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องสำรองแก่ผู้ใช้บริการเมื่อนำโทรศัพท์เคลื่อนที่มาซ่อมยังมีไม่เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการที่นำโทรศัพท์เคลื่อนที่มาซ่อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของว่าที่ร้อยเอกธนันชัย สุนพคุณศรี (2541 : 113)

1.2 ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม อยู่ในระดับพอใจน้อย ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อัตราค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จดทะเบียนเลขหมาย อัตราค่าบริการโทรพื้นที่เดียวกัน อัตราค่าบริการโทรต่างพื้นที่ และอัตราค่าบริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จดทะเบียนเลขหมาย และโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่จดทะเบียนเลขหมาย ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็น อยู่ในระดับพอใจน้อยทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีผู้ให้บริการหลายรายมากขึ้น ซึ่งแต่ละรายมีการพัฒนาประสิทธิภาพ คุณภาพของเครือข่ายสัญญาณการให้บริการที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับคู่แข่งชั้นในธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้กลยุทธ์ด้านราคาเป็นกลยุทธ์หลักในการทำตลาด จึงอาจทำให้ผู้ใช้บริการเล็งเห็นว่าอัตราค่าบริการในปัจจุบันยังมีอัตราที่สูงเกินไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกมลวรรณ รัตนอำไพ (2535 : 67) ที่พบว่าการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีประโยชน์ทำให้สะดวก ประหยัดเวลาในการทำงาน ทำงานได้รวดเร็วขึ้น และทำให้สบายใจขึ้นเนื่อง

จากสามารถทำการสื่อสารได้ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น แต่เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายกับความคุ้มค่าแล้ว ผู้ใช้บริการเห็นว่ามีความคุ้มค่ามากกว่า

1.3 ด้านความสะดวก ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม อยู่ในระดับพอใจมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต และโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตประจำวัน จึงทำให้มีผู้ประกอบการมากมายสนใจในการทำธุรกิจเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ การจำหน่ายบัตรเติมเงิน และการรับชำระค่าบริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ในปัจจุบันมีร้านค้าที่จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่มาก ตามห้างสรรพสินค้า หรือแหล่งชุมชนต่างๆ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับพอใจมาก คือ การหาซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ (เครื่องใหม่เบอร์ใหม่) , (เครื่องใหม่เบอร์เดิม) , (โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมาย) สามารถหาซื้อได้สะดวก การชำระเงินด้วยเงินสด บัตรเครดิต เช็ค การหักบัญชีอัตโนมัติ ชำระทางไปรษณีย์ เคาน์เตอร์หรือผ่านทางธนาคาร สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการได้ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของว่าที่ร้อยเอกธนันชัย สุนพคุณศรี (2541 : 111-112) ที่พบว่าด้านการชำระค่าบริการมีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง เนื่องจากช่องทางในการชำระค่าบริการยังมีไม่เพียงพอ ควรเพิ่มช่องทางในการชำระค่าบริการให้หลากหลายเพิ่มมากขึ้น

1.4 ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม อยู่ในระดับพอใจมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันกิจกรรมส่งเสริมการตลาดถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของว่าที่ร้อยเอกธนันชัย สุนพคุณศรี (2541 : 111) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับพอใจมากที่สุด คือ รายการส่งเสริมการขายแบบโทรฟรีสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จดทะเบียนเลขหมายสามารถจูงใจให้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากรายการส่งเสริมการขายดังกล่าว ผู้ใช้บริการได้รับผลประโยชน์ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก และมีอัตราการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น

2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน พบว่า ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งเพศชายและเพศหญิงได้รับการทั้งบริการพื้นฐาน บริการเสริม บริการหลังการขาย การคิดอัตราค่าบริการ ราคาจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ สถานที่ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความสะดวกในการชำระค่าบริการ ตลอดจนกิจกรรมส่งเสริมการขาย การแจ้งข้อมูลข่าวสารและสิทธิประโยชน์ที่เหมือนกัน เนื่องจากธุรกิจทางด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและเพศหญิงสามารถใช้บริการได้เหมือนกัน จึงมีการให้บริการที่เหมือนกัน ดังนั้นเพศจึงไม่เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของว่าที่ร้อยเอกธนันชัย สุนพคุณศรี (2541 : 108) ที่พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ : พนักงานบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครกับพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี

2.2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 15-25 ปี มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา พอใจมากกว่าผู้บริการที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการที่มีอายุ 15-25 ปี เป็นผู้ใช้บริการที่จัดได้ว่าเป็นกลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และกลุ่มคนวัยเริ่มการทำงาน ซึ่งยังไม่มีประสบการณ์รอบคอบมากนัก จึงไม่ค่อยคำนึงถึงค่าบริการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องจ่าย ประกอบกับผู้บริการที่มีช่วงอายุ 15-25 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมาย ซึ่งการให้บริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทดังกล่าว ผู้ให้บริการจะใช้กลยุทธ์ในการมอบสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น สิทธิพิเศษในการซื้อบัตรชมการแสดงคอนเสิร์ตจากต่างประเทศในราคาพิเศษ เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุ 15-25 ปี มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา อยู่ในระดับพอใจมากกว่าผู้บริการที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างบริการที่ได้รับและค่าบริการที่ต้องชำระ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของของว่าที่ร้อยเอกธนันชัย สุนพคุณศรี (2541 : 108) ที่พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ : พนักงานบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครกับพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี

2.3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ระดับการศึกษาไม่เป็นปัจจัยสำคัญในการใช้บริการดังกล่าว คือ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาค่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เหมือนกัน หากผู้บริการดังกล่าวมีความสามารถในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ และชำระค่าบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของว่าที่ร้อยเอกธนันชัย สุนพคุณศรี (2541 : 109) ที่พบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ : พนักงานบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครกับพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ พอใจมากกว่าผู้บริการที่มีระดับการศึกษาค่ำกว่าหรือเท่ากับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของว่าที่ร้อยเอกธนันชัย สุนพคุณศรี (2541 : 109) ที่พบว่า ตำแหน่งหน้าที่ การงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ : พนักงานบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครกับพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านรูปแบบบริการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการ พอใจมากกว่าผู้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการต่างๆ เช่น บริการรับสายเรียกซ้อน บริการโอนสายอัตโนมัติ เป็นต้น สามารถสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการทำงานตลอดจนเพิ่มความคล่องตัวในการทำงานให้แก่ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนได้มากกว่าผู้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

2.5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา พอใจมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้มาก จะมีความสามารถในการชำระค่าบริการได้มาก และมีพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเอง จะไม่คำนึงถึงอัตราค่าบริการที่จะต้องชำระ เพราะอัตราค่าบริการดังกล่าวเป็นเรื่องเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ที่ได้รับ

2.6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่มีตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ต่างกัน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันมีหลากหลายตรา (ยี่ห้อ) ซึ่งแต่ละตรา (ยี่ห้อ) ของโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้ได้กับหลายระบบ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ตราโนเกียสามารถใช้ได้กับระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ ระบบ 1800 ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 เป็นต้น ซึ่งในแต่ละระบบมีการให้บริการ อัตราค่าบริการ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงทำให้ตรา (ยี่ห้อ) ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่มีผลต่อความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของว่าที่ร้อยเอกชนันชัย สุนพคุณศรี (2541 : 110) ที่พบว่า ตรา (ยี่ห้อ) ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ : พนักงานบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครกับพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านความสะดวกผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ตราอื่นๆ มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวก พอใจมากกว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ตราโนเกีย อิริคสัน โมโตโรล่า และซีเมนส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.7 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่เท่ากัน จะสามารถรับรู้ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ไม่เท่ากัน นั่นคือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มาเป็นระยะเวลา 3 ปี อาจจะเห็นว่าเครือข่ายสัญญาณการให้บริการยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร แต่ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มาเป็นระยะเวลา 1 เดือน อาจจะเห็นว่าเครือข่ายสัญญาณการให้บริการชัดเจน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านรูปแบบบริการและด้านความสะดวกผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่น้อยกว่า 6 เดือน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการ พอใจมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ตั้งแต่ 6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี 1 ปีแต่ไม่ถึง 3 ปี และ 3 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี และ 1 ปีแต่ไม่ถึง 3 ปี มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านสะดวกพอใจมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่น้อย จะสามารถรับรู้ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้น้อย

2.8 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการที่มีอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของว่าที่ร้อยเอกธนันชัย สุนพคุณศรี (2541 : 111) ที่พบว่า ค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ : พนักงานบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครกับพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี

2.9 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในการใช้บริการที่มีระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ต่างกัน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละระบบมีการให้บริการ การคิดอัตราค่าบริการ จำนวนตัวแทนจำหน่ายที่จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ สถานที่และวิธีในการชำระค่าบริการ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน ทำให้ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในแต่ละระบบแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของว่าที่ร้อยเอกธนันชัย สุนพคุณศรี (2541 : 111) ที่พบว่า ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ : พนักงานบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครกับพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านรูปแบบบริการ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ และวันทูคอล (One 2 call) มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการพอใจมากกว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1800 ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 และ Dprompt อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ และวันทูคอล (One 2 call) มีเครือข่ายสัญญาณการให้บริการ และจำนวนสถานีฐานที่มากกว่าระบบ 1800 ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 และ Dprompt จึงทำให้ผู้ใช้บริการสามารถฟังเสียงสนทนาได้ชัดเจนกว่า นอกจากนี้รูปแบบบริการเสริมของระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ และวันทูคอล (One 2 call) มีให้ผู้ใช้บริการได้เลือกใช่มากกว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1800 มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการพอใจมากกว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 และ Dprompt อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากระบบ 1800 มีเครือข่ายสัญญาณการให้บริการ และรูปแบบบริการที่น่าเสนอมีความหลากหลายมากกว่าระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 สำหรับ Dprompt เป็นบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมายรูปแบบใหม่ของระบบ 1800 ซึ่งรูปแบบบริการที่น่าเสนออาจมีความหลากหลายน้อยกว่าระบบ 1800 ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Dprompt มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคาพอใจมากกว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ และ 1800 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจาก Dprompt เป็นระบบที่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ได้ด้วยตนเอง โดยการใช้บัตรเติมเงินซึ่งมีการขยายระยะเวลาเพิ่มมากขึ้นจากในอดีตเป็น 100 วัน ทำให้ผู้ใช้บริการมีระยะเวลาในการใช้บัตรเติมเงินเพิ่มมากขึ้น ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1800 ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 และ Dprompt มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวกพอใจมากกว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ในแต่ละครั้ง ผู้ใช้บริการอาจจะต้องเข้าคิวเพื่อรอฟังพนักงานเรียกชำระค่าบริการ ซึ่งจำนวนผู้ใช้บริการระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ในปัจจุบันมีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้ใช้บริการอาจจะต้องใช้เวลารอเล็กน้อย ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่วันทูคอล (One 2 call) มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความสะดวกพอใจมากกว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1800 และดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .05 เนื่องจาก โทรศัพท์เคลื่อนที่วันทูคอล (One 2 call) มีวิธีการใช้งานง่าย ผู้ใช้บริการไม่ต้องชำระค่าบริการที่สำนักงานของผู้ให้บริการ แต่สามารถซื้อบัตรเติมเงินวันทูคอล (One 2 call) ซึ่งมีจำหน่ายอยู่ตามสถานที่ต่างๆ หลายแห่ง เช่น ร้านหนังสือ สถานีน้ำมัน มินิมาร์ท เป็นต้น ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถหาซื้อได้สะดวกกว่าการชำระค่าบริการที่สำนักงานของผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 และวันทูคอล (One 2 call) มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านความกิจกรรมส่งเสริมการตลาดพอใจมากกว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์ 1800 และ Dprompt อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมาระบบ ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800 ได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยการลดค่าบริการรายเดือนลงเป็นรายแรก และการคิดอัตราค่าบริการต่อนาทีในอัตราที่น้อยกว่าปกติเป็นระยะเวลาหลายปี คือการลดอัตราค่าบริการรายเดือนจากปกติ 500 บาท เป็น 300 บาท และจัดรายการส่งเสริมการขายโทรศัพท์ 5 ปี ในอดีต ซึ่งรายการส่งเสริมการขายดังกล่าวสามารถจูงใจให้มีผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก และสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่วันทูคอล (One 2 call) ผู้ให้บริการมีการจัดกิจกรรมการตลาดสำหรับผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง คือ สิทธิในการซื้อบัตรชมการแสดงคอนเสิร์ตจากต่างประเทศก่อนผู้อื่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการได้จัดขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับสิทธิประโยชน์มากมายจากการใช้บริการและมีความพึงพอใจในการใช้บริการเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านรูปแบบบริการอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ผู้วิจัยขอเสนอว่าผู้ให้บริการควรขยายเครือข่ายสัญญาณให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถให้บริการได้ในทุกแห่ง เพื่อผู้ใช้บริการจะได้รับความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร อีกทั้งยังสามารถช่วยแก้ไขปัญหาสายหลุดระหว่างการสนทนาได้ นอกจากนี้การอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า รายการส่งเสริมการขายที่จัดขึ้น ทักษะในการให้บริการ ตลอดจนจิตสำนึกในการให้บริการแก่ลูกค้า ถือเป็นสิ่งจำเป็นที่จะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ และจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการให้บริการได้

2. จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย ผู้วิจัยขอเสนอว่าผู้ให้บริการควรลดอัตราค่าบริการรายเดือนให้ลดลง โดยในแต่ละระบบควรมีอัตราค่าบริการรายเดือนที่เท่ากัน เพื่อจะได้เป็นอัตราค่าบริการรายเดือนแบบมาตรฐานสำหรับการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทจดทะเบียนเลขหมาย และควรคิดอัตราค่าบริการโทรพื้นที่เดียวกันหรือต่างพื้นที่ เป็นแบบวินาที โดยไม่ต้องกำหนดเงื่อนไขว่า โทรเกิน 30 วินาทีคิดเป็น 1 นาที เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความยุติธรรมในการชำระค่าบริการตามที่ได้ใช้บริการจริง สำหรับอัตราค่าบริการเสริมนั้น ควรปรับลดอัตราค่าบริการลงให้มีความใกล้เคียงหรืออัตราเดียวกันกับอัตราค่าบริการโทร เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ใช้บริการเสริมมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการเสริมและค่าบริการโทรเป็นอัตราเดียวกันทำให้สามารถใช้บริการเสริมได้ง่ายขึ้น

3. จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ผู้วิจัยขอเสนอว่าผู้ให้บริการควรปรับปรุงรายการส่งเสริมการขายโทรศัพท์ให้จูงใจมากยิ่งขึ้น โดยการขยายระยะเวลารายการส่งเสริมการขายดังกล่าว และควรเพิ่มรายการส่งเสริมการขายบริการเสริมร่วมกับรายการส่งเสริมการขายโทรศัพท์ เพื่อจูงใจให้ใช้บริการมากขึ้น

4. จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ใน 4 ด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านรูปแบบบริการแตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไปมีความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ในระดับพอใจปานกลาง ผู้วิจัยขอเสนอว่าผู้ให้บริการควรนำเสนอสิทธิพิเศษให้แก่ผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่นาน เช่น มอบโปรโมชั่นโทรฟรีมูลค่า 2,000 บาทให้แก่ผู้ให้บริการ, จัดกิจกรรมพิเศษเฉพาะผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่นาน โดยมอบของขวัญพิเศษให้เป็นต้น ทั้งนี้การจัดกิจกรรมดังกล่าวจะสามารถช่วยรักษฐานผู้ให้บริการได้ และยังทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยถึงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตปริมณฑล และต่างจังหวัด
2. ควรศึกษาความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในแต่ละระบบเพื่อจะได้ทราบความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละระบบ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กมลวรรณ รัตนอำไพ. การสื่อสารข้อมูลโดยวิทยุโทรศัพท์เคลื่อนที่ของหน่วยธุรกิจ. วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- โกศล เพ็ชรสุวรรณ. การปฏิรูปโทรคมนาคมของไทย. ประชาชาติธุรกิจ (ปีที่ 3 ฉบับที่ 5 กรกฎาคม 2536)
- เกษศิณี ลำโรง. พฤติกรรมการใช้ห้วงนิรภัยของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตเทศบาลเมืองมุกดาหาร.
ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคมสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2540.
- ชาญชัย พิจิตรวัยปริชา. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณา สินค้าโทรศัพท์มือถือ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.
- ชูศรี วงศ์รัตน. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ดวงเดือน พันธมนาวิน. พฤติกรรมศาสตร์ เล่ม 2 จิตวิทยาจริยธรรมและจิตวิทยาภาษา. กรุงเทพฯ : ไทย
วัฒนาพานิช, 2534.
- ตริงษา เกลากระหม่อม. สภาพการณ์และลักษณะการใช้วิทยุติดตามตัวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- บัณฑิต พงกษาเมธานนท์. โทรศัพท์เคลื่อนที่ 470 (The 470 Mobile Telephone). สารานเทศ. หนังสือที่
ระลึกเนื่องในวันคล้ายวันสถาปนาองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยครบรอบปีที่40
- ปทุมพร ศิริวิกรมานนท์. การนำนวัตกรรมทางการสื่อสารเข้าสู่การธุรกิจ ศึกษาเฉพาะกรณีโทรศัพท์
เคลื่อนที่. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2532.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทศนคติ : การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ โอเดียนสโตร์,
2536.
- ประมวล มุ่งมาตร. ทศนคติของนายอำเภอที่มีต่อการปฏิบัติงานของพัฒนากร. กรุงเทพฯ สารนิพนธ์
พัฒนาบริหารศาสตรบัณฑิต พัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2537.
- ไพโรจน์ ไวนิชกิจ. GSM ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แห่งอนาคต ตอน1. เซมิคอน ดักเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์
ฉบับที่143 ตุลาคม 2537.
- ยศวดี บุญเกียรติ และ แสงธรรม เหล่าพลุทรัพย์. โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Cellular การสื่อสารที่ไร้ขีด
จำกัด. การเงินธนาคารฉบับพิเศษ ปีที่11 ฉบับที่ 128 ธันวาคม 2535.
- วินัย รังสินนท์. “ทฤษฎีและวิธีการวัดด้านเจตพิสัย” ในจิตวิทยาและสังคมวิทยาพื้นฐานเพื่อการวัดผล
และการประเมินผลการศึกษา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2536.
- วีรวรรณ ปรางแจ้ง. ศึกษาเปรียบเทียบการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 ระหว่างกลุ่มนัก
ธุรกิจกับกลุ่มอาชีพอื่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.
- เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารงานนกรรม.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ S.M. Circuit Press, 2535.
- อรนุช คล่องเชิงคร. หน้าทีของโทรศัพท์ต่อชีวิตครอบครัวที่อยู่ในเมือง. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

Barnette, H.G. *Innovation*. New York : McGraw – Hill Book Co., 1953.

Good, Carter V. *Dictionary of Education*. New York : McGraw – Hill Book Co.,Inc., 1973.

Hillgard, E.R.. *Introduction to Psychology*. New York : Harcourt, Brade and World, Inc., 1962.

McGurie, W.J. The Nature of Attitude Change. InG. Linzey & E.Aronson(Ed.), *The Handbook of Social Psychology*. (Vol3) 2 nd ed. Cambridge : Addison & Wesley, 1969.

Newcomb, T.M., *Social Psychology*. New York : Press, 1954.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

เลขที่.....

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ 1) ชาย☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) 15-25 ปี☐ 2) 26-30 ปี☐ 3) 30 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี☐ 2) ปริญญาตรี☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ 1) นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต☐ 2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ☐ 3) พนักงานบริษัทเอกชน☐ 4) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท☐ 2) 10,001-15,000 บาท☐ 3) 15,001-20,000 บาท☐ 4) 20,000 บาทขึ้นไป

6. ตรา (ยี่ห้อ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

☐ 1) โนเกีย (Nokia)☐ 2) อีริคสัน (Ericsson)☐ 3) โมโตโรล่า (Motorola)☐ 4) ซิเมนส์ (Siemens)☐ 5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....7. ระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยนับตั้งแต่วันที่เริ่มใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จนถึงปัจจุบัน
(เฉพาะโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องปัจจุบัน)☐ 1) น้อยกว่า 6 เดือน☐ 2) 6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี☐ 3) 1 ปีแต่ไม่ถึง 3 ปี☐ 4) ตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

8. อัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท☐ 2) 1,000 บาทขึ้นไป

9. ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

☐ 1) เซลลูลาร์ 900☐ 2) ระบบ 800☐ 3) ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 2 วัตต์☐ 4) ระบบ 1800☐ 5) ดิจิตอลจีเอสเอ็ม 1800☐ 6) วันทูคอล (One-2-call)☐ 7) Dprompt

ส่วนที่ 2 : ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

โปรดตอบคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในแต่ละข้อ โดยระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

- เห็นด้วยมากที่สุด

เท่ากับ

1 คะแนน
- เห็นด้วยมาก

เท่ากับ

2 คะแนน
- เห็นด้วยปานกลาง

เท่ากับ

3 คะแนน
- เห็นด้วยน้อย

เท่ากับ

4 คะแนน
- เห็นด้วยน้อยที่สุด

เท่ากับ

5 คะแนน

การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านรูปแบบบริการ					
10.โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ท่านใช้อยู่มีสัญญาณที่ชัดเจนระหว่างการสนทนา					
11.ท่านไม่เคยประสบปัญหาสายหลุดระหว่างการสนทนา					
12.บริการโอนสายอัตโนมัติสามารถอำนวยความสะดวกแก่ท่านในกรณีที่ไม่สามารถรับสายได้					
13.บริการรับสายเรียกซ้อนและพักสายสามารถช่วยท่านไม่ให้พลาดการรับสายที่สำคัญ					
14.บริการรับฝากข้อความ (SMS) เป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ท่าน					
15.บริการชำระค่าบัตรเครดิตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่ท่านในการใช้บริการทางการเงิน					
16.บริการจองบัตรชมภาพยนตร์อำนวยความสะดวกแก่ท่านในการซื้อบัตรชมภาพยนตร์					
17.ศูนย์ดูแลลูกค้าที่ประสบปัญหาเรื่องหายเป็นบริการที่จำเป็นสำหรับท่าน					
18.ศูนย์บริการสอบถามข้อมูลสามารถให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำแก่ท่านได้ เมื่อประสบปัญหา					
19.ท่านได้รับความสะดวกในการใช้บริการศูนย์ซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่					

การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านราคา					
20.ราคาจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่(เบอร์ใหม่)ของโทรศัพท์แต่ละรุ่นอยู่ในระดับที่เหมาะสม					
21.ราคาจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่(เครื่องใหม่เบอร์เดิม)ของโทรศัพท์แต่ละรุ่นอยู่ในระดับที่เหมาะสม					
22.ราคาจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมาย (Prepaid) ของโทรศัพท์แต่ละรุ่นอยู่ในระดับที่เหมาะสม					
23. มูลค่าเงินที่เติมลงในบัตร 500,800,1,500 บาทสามารถใช้ได้นาน 50, 100 และ 200 วัน เป็นมูลค่าที่เหมาะสม					
24. อัตราค่าบริการโทรพื้นที่เดียวกันของโทรศัพท์ที่จดทะเบียนเลขหมาย นาทีละ 3 บาท เป็นอัตราที่เหมาะสม					
25. อัตราค่าบริการโทรต่างประเทศของโทรศัพท์ที่จดทะเบียนเลขหมายนาทีละ 8 และ 12 บาทเป็นอัตราที่เหมาะสม					
26. อัตราค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์ที่จดทะเบียนเลขหมาย 500 บาทเป็นราคาที่เหมาะสมในการใช้บริการ					
27. อัตราค่าบริการเสริมของโทรศัพท์ที่จดทะเบียนเลขหมายนาทีละ 5 บาทเป็นอัตราที่เหมาะสม					
28.อัตราค่าบริการโทรพื้นที่เดียวกันของโทรศัพท์ที่ไม่จดทะเบียนเลขหมายนาทีละ 5 บาทเป็นอัตราที่เหมาะสม					
29. อัตราค่าบริการโทรต่างประเทศของโทรศัพท์ที่ไม่จดทะเบียนเลขหมายนาทีละ 5 และ 8 บาทเป็นอัตราที่เหมาะสม					
30. อัตราค่าบริการเสริมของโทรศัพท์ที่ไม่จดทะเบียนเลขหมายนาทีละ 4 บาทเป็นอัตราที่เหมาะสม					

การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านความสะดวก					
31.โทรศัพท์เคลื่อนที่ (เครื่องใหม่เบอร์ใหม่) สามารถหาซื้อได้สะดวก					
32. โทรศัพท์เคลื่อนที่ (เครื่องใหม่เบอร์เดิม) สามารถหาซื้อได้สะดวก					
33. โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทไม่จดทะเบียนเลขหมายสามารถหาซื้อได้สะดวก					
34. การชำระค่าบริการด้วยเงินสด บัตรเครดิต เช็ค การหักบัญชีอัตโนมัติ ชำระทางไปรษณีย์ เคาน์เตอร์ หรือผ่านทางธนาคาร สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ท่าน					
35. สถานที่ในการซื้อบัตรเติมเงินมีอยู่หลายแห่ง หาซื้อได้ง่าย เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านหนังสือ สถานีน้ำมัน เติมเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม					
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด					
36. โฆษณาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถดึงดูดใจให้ท่านสนใจใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่					
37. พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอย่างดีสามารถให้ข้อมูลที่จำเป็นประโยชน์แก่ท่านได้					
38. พนักงานขายพูดจา แนะนำท่านด้วยความสุภาพ และให้บริการแก่ท่านเป็นอย่างดี					
39. โปรโมชั่นโทรศัพท์สำหรับโทรศัพท์ที่จดทะเบียนเลขหมายสามารถดึงดูดใจให้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น					
40. การลดอัตราค่าใช้บริการในช่วงเวลากลางคืนให้ต่ำกว่าช่วงเวลากลางวันสำหรับโทรศัพท์ที่จดทะเบียนเลขหมายสามารถดึงดูดใจให้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น					
41. การยกเว้นค่าบริการรายเดือนสำหรับโทรศัพท์ที่จดทะเบียนเลขหมายสามารถดึงดูดใจให้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น					

การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
42. การกำหนดให้ผู้ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จดทะเบียนเลขหมายได้รับการยกเว้นค่าจดทะเบียนเลขหมายและค่ามัดจำเลขหมายถือเป็นสิ่งจูงใจผู้ซื้อ					
43. การที่ผู้ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่จดทะเบียนเลขหมาย (Prepaid) ได้รับสิทธิพิเศษในการเติมเงินอัตโนมัติถือเป็นสิ่งจูงใจผู้ซื้อ					
44. โปรโมชั่นขยายระยะเวลาการใช้งานของบัตรเติมเงินสำหรับโทรศัพท์ที่ไม่จดทะเบียนเลขหมายสามารถจูงใจให้ผู้ซื้อบัตรเติมเงินที่มีมูลค่าสูง					
45. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายและกิจกรรมต่างๆ ผ่านทางใบแจ้งหนี้ประจำเดือนอย่างสม่ำเสมอ					
46. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายและกิจกรรมต่างๆ ผ่านทางวารสารที่จัดส่งให้เป็นประจำทุกเดือน					

ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มเติม

47. ท่านมีความคิดเห็นว่าการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรจะปรับปรุงในเรื่องใดบ้าง

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ	อาจารย์ประจำภาควิชาวัดผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์สุวรรณี ตริวัฒนาวงศ์	อาจารย์ประจำภาคบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง	อาจารย์ประจำภาคบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก ค
ภาพตัวอย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตัวอย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่

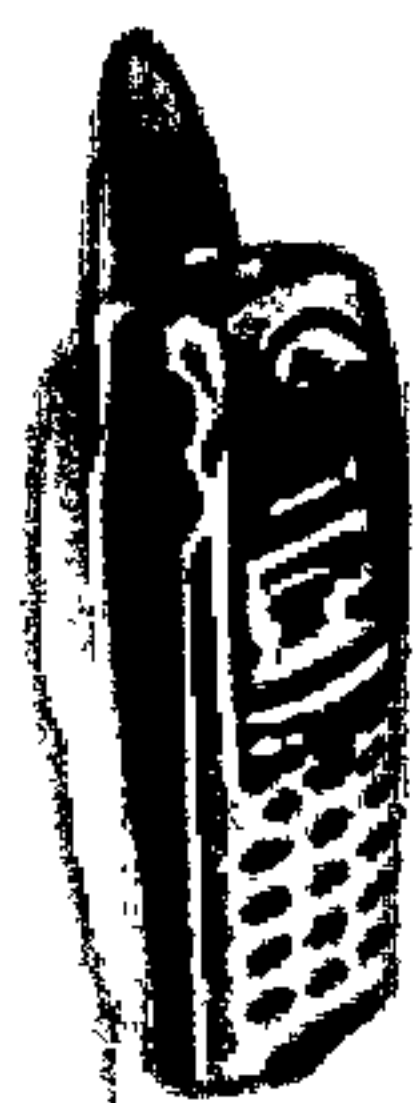
ERICSSON T10s



ERICSSON T20s



ERICSSON R310s

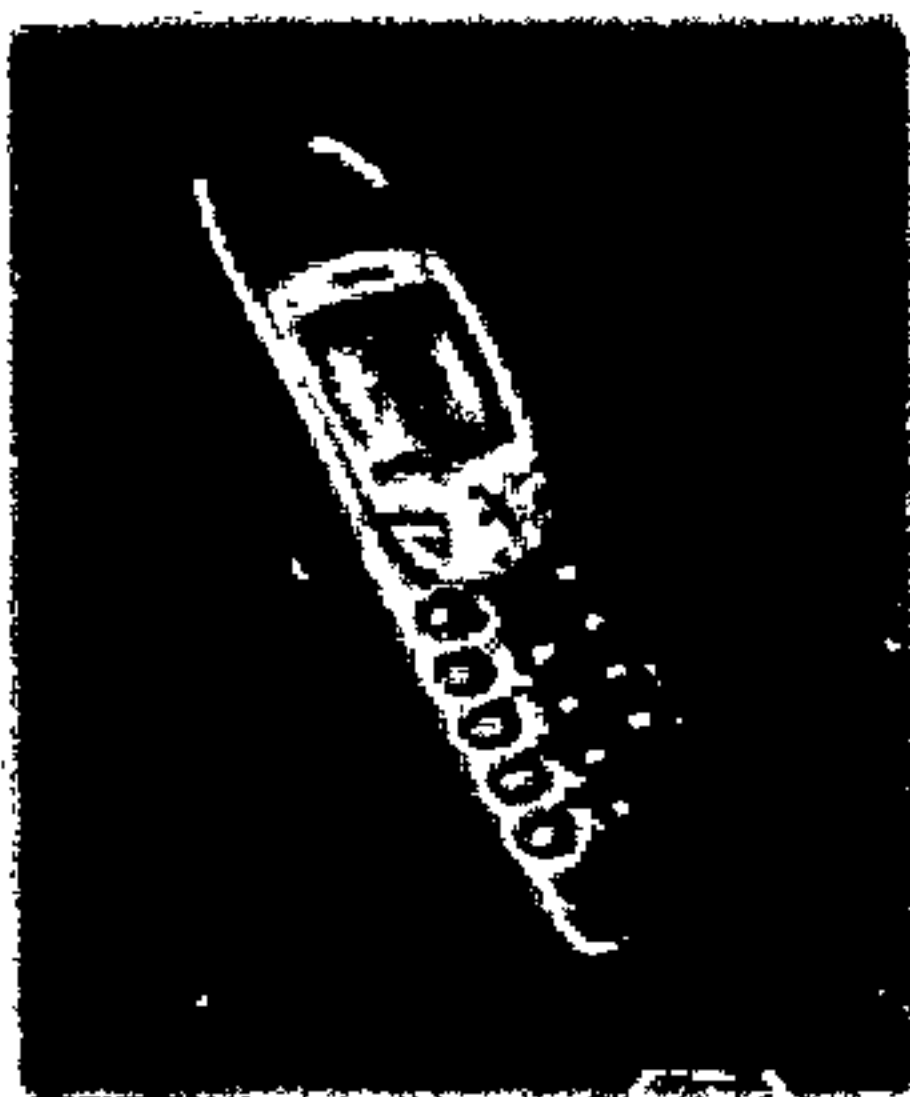


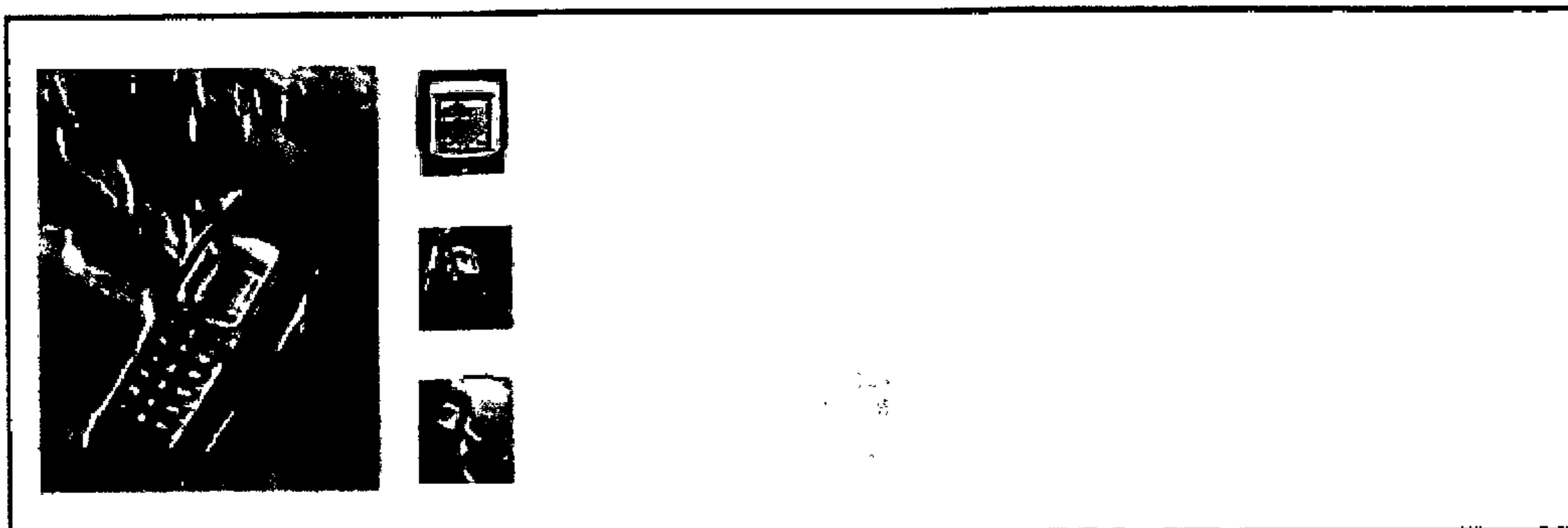
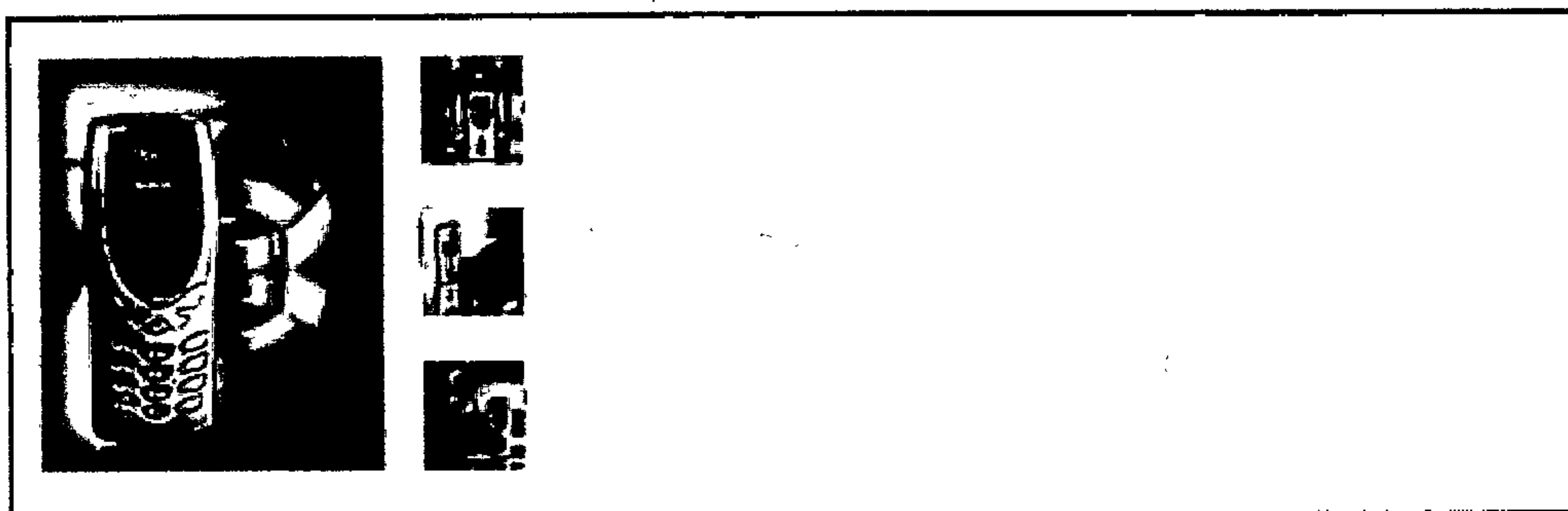
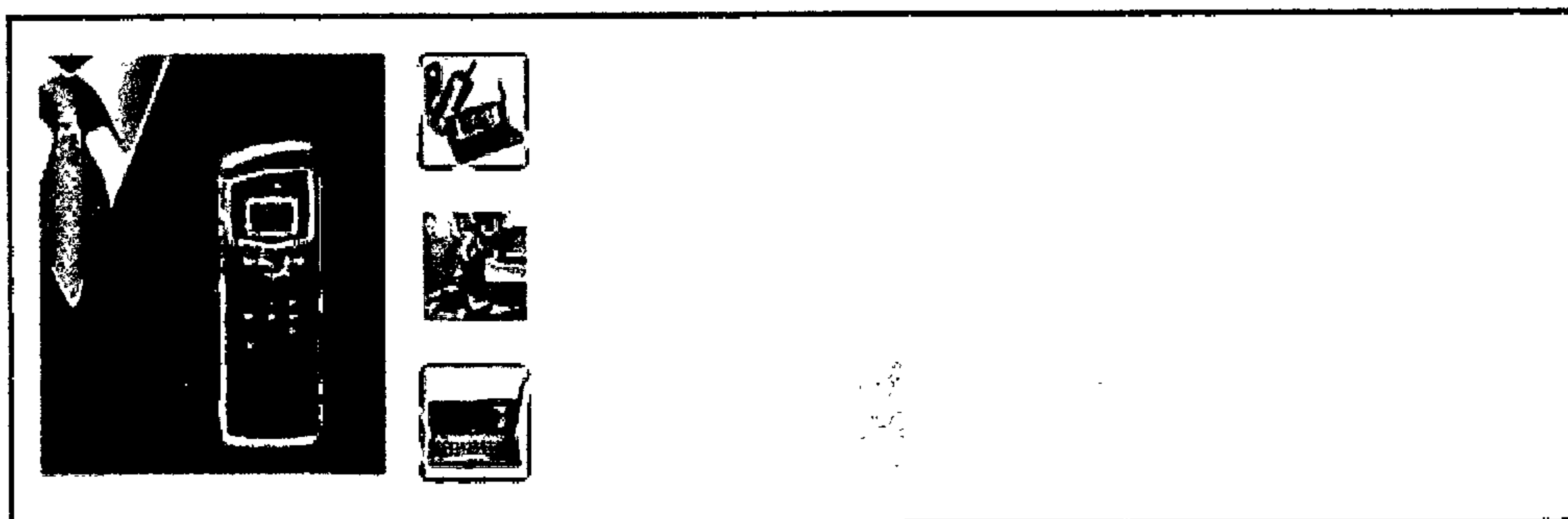
ERICSSON R380s



ERICSSON T28world



NOKIA 5110i**NOKIA 3310****NOKIA 6210**

NOKIA 6250**NOKIA 8250****NOKIA 9110**

PANASONIC GD35

PANASONIC GD35

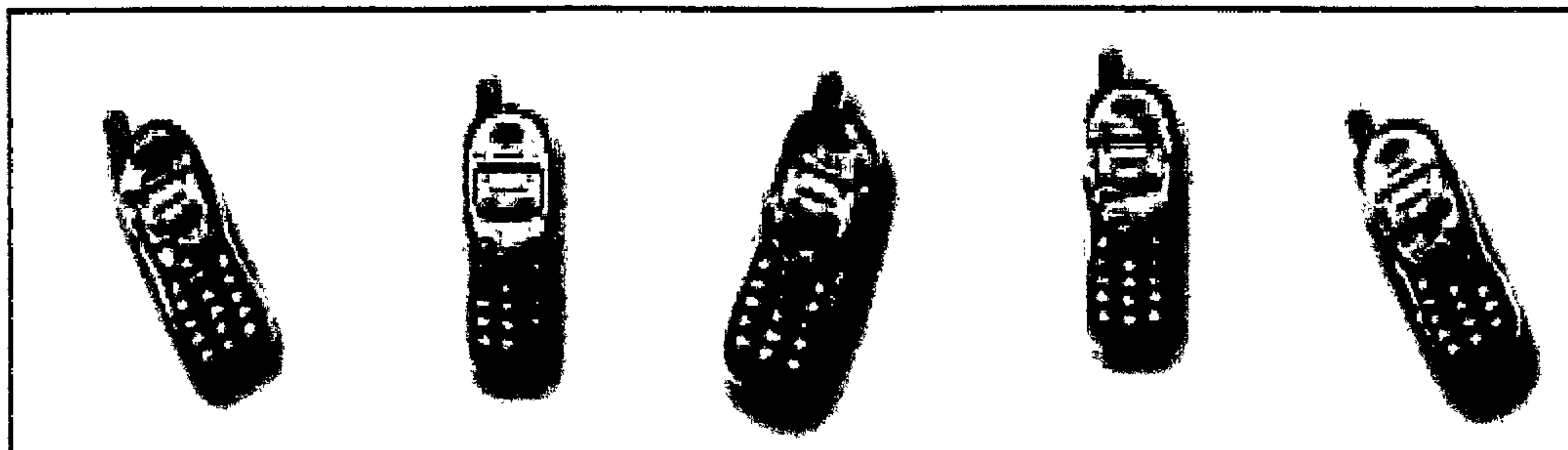
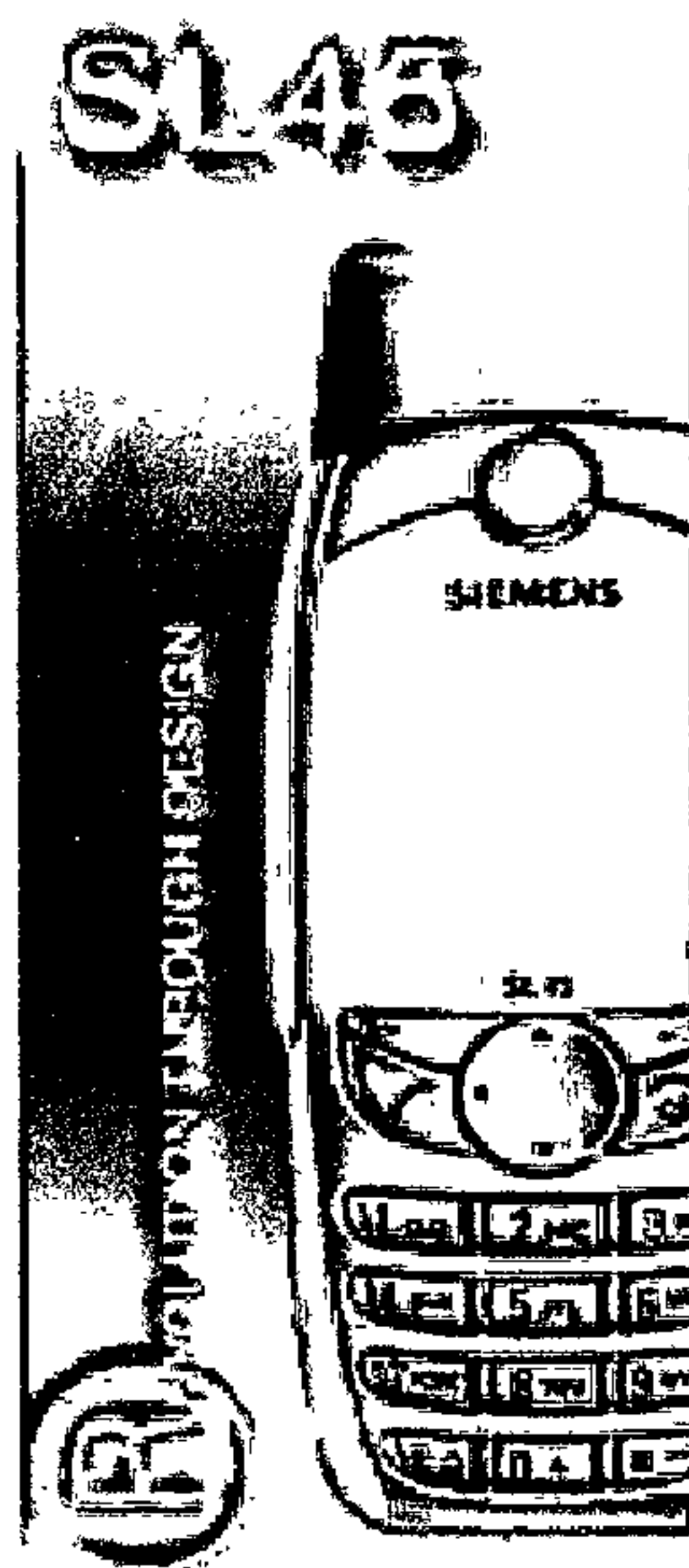


PHILIPS SAVVY



PHILIPS XENIUM



SIEMENS A35SIEMENS C35iSIEMENS SL45

ประวัติผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ-สกุล	นางสาวอรนดา นราสวัสดิ์
วันเดือนปีเกิด	15 สิงหาคม 2518
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	114/86 ถนนวงแหวนรอบนอก ตำบลบางบอน เขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่การตลาดอาวุโส
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัทแอดวานซ์ ไวร์เลส มาร์เก็ตติ้ง จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2536	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนช่างคาวีร์ส คอนแวนท์
พ.ศ. 2540	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ. 2545	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ