

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC
ในเขตกรุงเทพมหานคร

Satisfaction and Consumer Behavior of DTAC System Mobile Telephone
in Bangkok Metropolitan



โดย

นายชาญวิทย์ เรืองพงษ์สาร
รหัสประจำตัว 43066617

1111
P145

เสนอ

เลขที่.....
เลขทะเบียน..... 45016
วัน, เดือน, ปี..... 17 อ.ค. 2548

b.....
i.....

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ ปีการศึกษา 2545 เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง	: ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร
นักศึกษ	: นายชาญวิทย์ เรืองพงษ์สาร
ระดับการศึกษา	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	: บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	: รองศาสตราจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรม ของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากร ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจและปัจจัยด้านการตลาด โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 504 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สำรวจเป็นเพศหญิงถึงร้อยละ 54.0 และมีอายุเฉลี่ยระหว่าง 20 - 30 ปี จบการศึกษาเฉลี่ยระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท ต่อเดือน ราคาเครื่องโทรศัพท์ที่ใช้งานเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์ 4 - 8 เดือน โดยส่วนใหญ่ใช้ติดต่อเรื่องงานในช่วงเวลา 06.01 - 12.00 น. ยี่ห้อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้คือยี่ห้อ Nokia โดยสามารถเปลี่ยนสีหน้ากากได้และราคาของตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาอยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เนื่องจากมีความสะดวกในการใช้งานทุกพื้นที่ และส่วนใหญ่จะเสียค่าบริการรายเดือนประมาณเดือนละ 500 - 1,000 บาท โดยจะชำระค่าบริการรายเดือนที่เคาน์เตอร์เซอร์วิส สำหรับในด้านความพึงพอใจที่ผู้ใช้โทรศัพท์พอใจมากในเรื่องรูปทรงของตัวเครื่อง หน้าที่การใช้งาน รัศมีการใช้งาน สถานที่จำหน่ายตัวเครื่อง ฟังก์ชันการใช้งานของตัวเครื่อง คุณภาพในการให้บริการ และสถานที่ชำระเงิน และมีความพึงพอใจระดับปานกลางในเรื่องวิธีการชำระค่าบริการ บริการเสริมพิเศษ ขอบเขตการให้บริการ การโทรเข้าออกง่าย การส่งเสริมการขาย คุณภาพของสัญญาณ จำนวนศูนย์บริการ ค่าบริการรายเดือน การโทรต่อเนื่องนาน ๆ และราคาของตัวเครื่องโทรศัพท์ตามลำดับ สำหรับปัญหาที่ผู้ใช้โทรศัพท์ส่วนใหญ่มีปัญหามากในเรื่องของค่าโทร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกสูงเกินไป มีปัญหาปานกลางในเรื่องค่าบริการรายเดือนสูงเกินไป ราคาของตัวเครื่องสูงเกินไป ค่าเปิดเครื่องสูงเกินไป ตัวเครื่องคุณภาพไม่ดี มีปัญหาน้อยในเรื่องศูนย์บริการมีน้อยเกินไป การส่งเสริมการขาย สัญญาณโทรศัพท์ไม่ชัด ไม่มีสัญญาณบางจุด ศูนย์บริการอยู่ไกล โทรแล้วสายหลุดบ่อย โทรออกไม่ได้ การส่งข่าวสารไม่ทั่วถึง บริการเสริมน้อยไป มีแบบให้เลือกน้อย โทรยาก เวลาฝนตกหรือมีสิ่งกีดขวาง พื้นที่ให้บริการแคบเกินไป เครื่องไม่พอต้องจอง Function ใช้งานน้อย และใช้โทรบนรถไม่ได้ตามลำดับ ส่วนผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการศึกษาดังกล่าวจะได้เป็นแนวทางให้ภาคเอกชนนำไปปรับปรุงสินค้า และบริการให้ตรงกับต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด กล่าวคือในเรื่องของค่าโทรออกไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ยังคงสูงอยู่ ควรจะลดค่าโทรออกลงเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถโทรออกได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงในเรื่องของความครอบคลุมของสัญญาณ จากการศึกษพบว่ายังมีปัญหาในส่วนนี้อยู่ ดังนั้นผู้ให้บริการควรเร่งขยายเครือข่ายของสัญญาณให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ให้ได้มากที่สุดด้วยเช่นกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ABSTRACT

Title : Satisfaction and Consumer Behavior of Mobile Telephone Users in Bangkok Metropolitan Area

Student : Mr. Chanwit Ruengpongsan

Level of Study : Master of Business Administration

Major : Business Administration

Advisor : Associate Professor Amornsri Tantipipat

This study aims to examine the consumer satisfaction and behavior of mobile telephone users in Bangkok. In addition, the study attempts to investigate the factors that influence consumer behavior in Bangkok, such as demographic, attitude and marketing factors. The 504 samples in Bangkok were interviewed by using standardized questionnaires. The statistical analysis used descriptive statistics and multiple regression analysis.

The findings on the samples show that about 54.0 percent were female and their average age is between 20 – 30 years old. The educational level was bachelor degree and their average income was between 10,001 – 15,000 baht per month. The average length of mobile phone ownership was 4 – 8 months. The objective of mobile phone use was contact with work. The period of use was between 06.01 – 12.00. Most of samples used Nokia and they can change the color. Mobile phone prices were between 5,000 – 10,000 baht. The reason that the sample group used mobiles was because it was convenient to use anywhere. The service charge was about 500 – 1,000 baht and most paid at counter service. Most of the samples were satisfied about the shape of telephone, usage function, usage boundary, mobile shops, mobile features, service quality and place of payment. They had a medium level of satisfaction with payment solutions, extra services, service boundary, call in – call out, sales promotion, signaling quality, the number of service shops, service charges, call continuation and mobile phone pricing. The problem which most concerned them was high call out charging.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Concerns at a medium level were the high service charges, mobile prices, opening charges and low quality of mobile phones. A little concern were service centers, sales promotion, mobile signaling, no signaling, distance of service centers, disconnection, inability to call out, unclear information, few extra services, few mobile models, difficulty in calling out, service area coverage, not enough mobiles, few usage function and inability to call in cars. The results of the multiple regression analysis showed that human characteristics are correlated to behavior of using mobile phone.

The results of the study may be beneficial to mobile telephone businesses to improve the product and services to satisfy consumers. In the calling out charge still expensive. The operator should reduce the calling out charge for consumers can make more calling out. And in the signaling coverage area is another problem that should improve. The operator should be expand the network to cover all area that can support the consumer's using mobile also.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความช่วยเหลือ แนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จึงขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิชาการ ศึกษาอิสระเรื่องนี้ ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้ความรู้ต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการทำการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์บริการของบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ที่อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลต่าง ๆ และขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลา และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ท้ายสุดนี้ขอขอบพระคุณคณาจารย์ในโครงการปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตรที่ได้ให้ความรู้ทางวิชาการซึ่งเป็นสิ่งที่มีคุณค่ายิ่ง

ชาญวิทย์ เรืองพงษ์สาร

16 กันยายน 2545



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
สารบัญ	(2)
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญตารางผนวก	(6)
สารบัญภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการศึกษา	3
การตรวจเอกสาร	4
วิธีการศึกษา	5
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	6
บทที่ 2 แนวความคิดทางทฤษฎี	8
แนวความคิดของความพึงพอใจ	8
ความหมายของความพึงพอใจ	8
การกำหนดคุณค่าและความพึงพอใจของลูกค้า	9
คุณค่าลูกค้า	9
ความพึงพอใจของลูกค้า	10
เครื่องมือสำหรับติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า	12
บทที่ 3 ธุรกิจของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ในประเทศไทย	15
ประวัติความเป็นมาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย	15
ระบบเครือข่ายและความสามารถในการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ DTAC	16
ความสามารถในการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ DTAC	18
สภาพตลาดและการแข่งขันของธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	24
แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่	26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	28
ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	28
พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	32
ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC	36
ปัญหาของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	39
ความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	39
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์	44
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	49
สรุป	49
ข้อเสนอแนะ	51
บรรณานุกรม	52
ภาคผนวก	54



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้การดำเนินงานของ ทศท. และ กสท.	16
2	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ให้บริการในประเทศไทยในปัจจุบัน	20
3	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะให้บริการในประเทศไทยในอนาคต	20
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	28
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	29
6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา	29
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส	30
8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	31
9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	31
10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์	32
11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้งาน	32
12	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาการใช้งาน	33
13	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามยี่ห้อที่ใช้งาน	34
14	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสีสันของเครื่องโทรศัพท์	34
15	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคาของเครื่องโทรศัพท์	35
16	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	35
17	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าบริการรายเดือน	36
18	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการชำระค่าบริการ	36
19	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจ	37
20	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาของการใช้โทรศัพท์	40
21	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านการบริการ	42
22	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านตัวเครื่อง	42
23	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านค่าบริการ	43
24	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านศูนย์บริการ	43
25	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านการขาย	44
26	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวกที่

หน้า

1

รายชื่ออาคารที่มีการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC

55



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่

1 ปัจจัยกำหนดคุณค่าเพิ่มของลูกค้า

หน้า

11



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

นับจากที่มีบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเซลลูลาร์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 ในช่วงแรก ผู้ใช้บริการมีความจำเป็นที่ต้องใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จริง ๆ ถึงแม้ว่าเครื่องลูกข่ายจะมีราคาแพง ก็ยังมีความต้องการใช้งานในปริมาณมาก แต่เนื่องจากการที่ราคาเครื่องลดลงอย่างต่อเนื่อง ฐานของผู้ใช้บริการจึงมีขนาดใหญ่มากขึ้น ปัญหาที่ตามมาก็คือคุณภาพการใช้งานที่ยังไม่ดีพอ และค่าเช่าเลขหมายรายเดือนที่มีราคาค่อนข้างสูง ซึ่งจะเห็นได้ว่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งบริษัทเอกชนสองบริษัทที่ครองส่วนแบ่งตลาดโดยมีผู้ใช้บริการมากกว่า 95% ของทั้งหมด ยังไม่เป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ จึงมีเสียงเรียกร้องจากสื่อมวลชนและประชาชนทั่วไปให้ปรับลดอัตราค่าบริการรายเดือนและปรับปรุงคุณภาพโครงข่ายให้ดีขึ้น กระทรวงคมนาคมเล็งเห็นปัญหาของผู้ใช้บริการ จึงพยายามเจรจากับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นเอกชน ให้ปรับลดอัตราค่าบริการและปรับปรุงคุณภาพโครงข่ายให้ดีขึ้น และประกอบกับภาครัฐบาลก็มีนโยบายเปิดเสรีโทรคมนาคมในปี 2549 ทำให้การแข่งขันในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นบริษัทเอกชนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงประสิทธิภาพของโครงข่าย การขยายเครือข่าย รวมไปถึงการให้บริการในด้านต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้และในขณะเดียวกันก็เพื่อเพิ่มฐานของลูกค้าใหม่ และเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทให้มากขึ้น (ศุภยวิชัยกสิกรไทย, 2540) และความต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยังคงอยู่ในเกณฑ์สูงต่อไป ส่วนหนึ่งมาจากปัญหาของประเทศที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข เช่น ปัญหาการขาดแคลนโทรศัพท์ รวมทั้งลักษณะของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และปัญหาความแออัดของการจราจร ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยในการเพิ่มความจำเป็นการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะคุณสมบัติของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น ความสะดวกในการพกพา การมีบริการเสริมรูปแบบต่าง ๆ และสามารถนำมาใช้ได้ตลอดแม้ระหว่างการเดินทาง ล้วนเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สื่อโทรคมนาคมในปัจจุบัน อีกส่วนหนึ่งมาจากอำนาจในการซื้อที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพของอัตราการใช้ (Penetration Rate) ในปี 2540 อยู่ที่ระดับร้อยละ 3.06 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 6.1 ในปี 2543 ซึ่งคำนวณจากประชากร 64.1 ล้านคน ตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประมาณการของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ศิริวัฒน์, 2541: 33)

ในปัจจุบันตลาดมีความต้องการโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก แม้ว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่มีถึง 6 ระบบคือ NMT-470 ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย AMP-800 ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย World Phone 800 และ PCN 1800 ของบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด รวมทั้ง Cellular 900 และ Digital GSM ของบริษัท แอ็ดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด แต่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้เพียงพอ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ระบบโครงสร้างพื้นฐานของรัฐบาลยังไม่เพียงพอ ขณะที่ราคาเครื่องมีแนวโน้มลดลง จึงนับเป็นโอกาสที่ดีของบริษัทที่ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่จะเร่งขยายเครือข่ายให้สามารถให้บริการครอบคลุมพื้นที่กว้างขวาง และเพิ่มจำนวนเลขหมายผู้ใช้บริการให้มากที่สุด และมีคุณภาพที่ดี (ศิริวัฒน์, 2541: 33) ดังนั้นการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีปัจจัยหลายอย่างที่สามารถวิเคราะห์ได้ว่ามีความสำคัญ และมีแนวโน้มที่ทำให้ความต้องการใช้มีปริมาณมากขึ้น ผลที่เกิดจากการศึกษานี้ทำให้ทราบความพึงพอใจ พฤติกรรม ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงและมีประชากรหนาแน่นที่สุด เป็นแหล่งธุรกิจ มีความหลากหลายของสังคม มีความต้องการที่ซับซ้อน มีปัญหาการจราจรติดขัดมากที่สุด โทรศัพท์เคลื่อนที่มีบทบาท และทดแทนการขาดแคลนโทรศัพท์ในบางส่วนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งคุณสมบัติของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความเหมาะสมกับสภาพการดำเนินธุรกิจ และจากสภาพการจราจรในปัจจุบัน ทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างแพร่หลายภายในระยะเวลาไม่นานนัก

จากประเด็นความสำคัญและปัญหาดังกล่าว การศึกษานี้จึงมีความต้องการศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงทิศทางของการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการให้บริการของบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อวางแผนนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาตลาด และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจ และได้ประโยชน์สูงสุดจากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผู้บริโภคที่ได้รับจากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ทำให้ทราบถึงปัญหาที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่
5. นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานบริการด้านการขยายเครือข่ายของบริษัทต่อไป

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้จะทำการศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีระยะเวลาของการศึกษาช่วงเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2544 - มกราคม พ.ศ. 2545

การตรวจเอกสาร

ยวดี (2538) ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค โดยใช้วิธีการศึกษาแบบสำรวจ (Survey Method) โดยให้แบบสอบถามซึ่งเป็นลักษณะของการวิจัยในเชิงธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณใช้วิธีทางสถิติ เช่น Chi-Square Method และ F-test เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้แก่ รูปลักษณะของตัวเครื่องลูกข่าย ราคาของเครื่องลูกข่าย เป็นปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคคำนึงถึงเป็นอันดับแรก ส่วนคุณภาพของสัญญาฉบับนั้นเป็นปัจจัยรองลงมาที่ผู้บริโภคจะพิจารณาในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยทำงาน ซึ่งมีรายได้ค่อนข้างสูง ทำให้มีกำลังซื้อมาก

คนธาธิป (2539) ได้ศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค โดยนำเสนอประวัติความเป็นมาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับภาพรวมของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยจากอดีตถึงปัจจุบัน และการจัดสรรสัมปทานโครงข่ายและเลขหมายของหน่วยงานของรัฐ ให้แก่ภาคเอกชนที่ประกอบธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ และในส่วนของ การวิเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นการนำเสนอข้อมูลทางสถิติที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ และแยกการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดความต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ตามชนิดของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2 ระบบ คือ NMT 900 และ AMPS 800B ผลของการวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการให้ผู้ให้บริการปรับปรุงในเรื่องของการลดอัตราค่าบริการลง และคุณภาพของสัญญาโทรศัพท์ในการโทรเข้า-ออก

ศิริวัฒน์ (2541) การวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนิสิตปริญญาโทโครงการ สปท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการเสนอแนะกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตปริญญาโทในโครงการ สปท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 157 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าทางสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า ในกลุ่มที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้อยู่แล้วจะนิยมใช้โมโตโรล่า และ ในเกีย ระบบที่ใช้คือ NMT 900 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคือ ระบบที่ให้บริการ สื่อที่เข้าถึงมากที่สุดได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หนังสือพิมพ์ ในกลุ่มที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้อยู่แล้ว หากต้องการเปลี่ยนหรือซื้อเครื่องใหม่ พบว่า จะนิยมใช้ยี่ห้อ อีริคสัน ระบบที่ต้องการใช้คือ PCN 1800 และ GSM 900 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคือ ระบบที่ให้บริการ สื่อที่เข้าถึงมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ ในกลุ่มที่ไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้ ถ้ามีโอกาสหรือคิดจะเลือกซื้อ พบว่าจะนิยมใช้ อีริคสัน ระบบที่ใช้คือ PCN 1800 และ GSM 900 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคือ ยี่ห้อ และสื่อที่เข้าถึงมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์

ลดาวลีย์ (2543) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากร ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านทัศนคติและปัจจัยทางด้านการตลาด โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 240 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสำหรับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา และ เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยหยาบ ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาส่วนใหญ่จะพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สำคัญมากที่สุดคือ สถานีเครือข่าย ระบบของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ค่าใช้จ่ายและค่าบริการรายเดือน นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการใช้สินค้าและบริการ อยู่ในขั้นพอใจ สำหรับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีทัศนคติในระดับความเห็นด้วยเกินร้อยละ 50 ได้แก่ ทัศนคติเรื่องการเปรียบเทียบกับเครื่องมือสื่อสารอื่น โทรศัพท์เคลื่อนที่มีคุณสมบัติดีกว่า เครื่องมือสื่อสารชนิดอื่น โทรศัพท์เคลื่อนที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักธุรกิจและคนทำงานนอกบ้าน โทรศัพท์เคลื่อนที่จำเป็นอย่างยิ่งในการติดต่อสื่อสารปัจจุบัน ส่วนผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค พบว่า ตัวแปรรายได้ และตัวแปร จำนวนปีที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีทิศทางไปทางบวก

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ในเขต กรุงเทพมหานครมีรูปแบบการศึกษา 2 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการ ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล การออกแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ 1) ข้อมูลทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ห้ามเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของผู้ใช้บริการ 2) พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 3) ความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่
4) ปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการ 5) ความต้องการของผู้ใช้บริการ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ วารสาร งานวิจัยที่ได้มีผู้รวบรวมไว้ก่อนแล้วอันเป็นข้อมูลเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ได้เลือกอาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า โรงแรม โรงพยาบาล ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งอยู่ในขอบเขตพื้นที่ให้บริการสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC จำนวนทั้งสิ้น 126 อาคาร (ตารางผนวกที่ 1) เป็นพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศ และเป็นจังหวัดที่มีประชากรหนาแน่นที่สุด รวมทั้งเป็นศูนย์กลางของแหล่งธุรกิจที่สำคัญ และเป็นจังหวัดที่มีผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุดในประเทศ จากนั้นผู้ศึกษาจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ที่อยู่ภายในอาคารนั้น ๆ โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างอาคารละ 4 ตัวอย่าง ซึ่งจะทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 504 ตัวอย่าง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้วิธีการทางสถิติ เป็นการนำค่าความถี่ของข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ผลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านคุณภาพของสัญญาณในการโทรเข้า-ออก ประสิทธิภาพในการใช้งาน ปัญหาที่พบ และความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการให้ผู้บริการปรับปรุง ด้วยสถิติเชิงพรรณนา

จากนั้นจะวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้ Chi - Square มาทำการหาความสัมพันธ์ดังกล่าว

วิธีการให้คะแนนรวม จะใช้สเกลของ Likert (Summated ratings method: the Likert scale) ซึ่งเป็นการวัดสเกลที่ความพึงพอใจที่ออกแบบเพื่อให้ผู้ตอบให้คะแนนถึงน้ำหนักของการยอมรับหรือไม่ยอมรับ เกี่ยวกับโครงสร้างของแบบสอบถามซึ่งมีค่าคะแนนจากทัศนคติด้านบวกอย่างมาก (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ไปถึงทัศนคติด้านลบอย่างมาก (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ต่อสิ่งใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิ่งหนึ่งซึ่งบุคคลจะมีทางเลือกในการตอบ 5 ประการคือ (1) พอใจมากที่สุด (2) พอใจมาก (3) พอใจปานกลาง (4) พอใจน้อย (5) พอใจน้อยที่สุด

ในการวัดทัศนคติผู้ศึกษาจะถ่วงน้ำหนักคะแนน 5, 4, 3, 2 และ 1 ดังนี้

คะแนนถ่วงน้ำหนัก 5 สำหรับข้อความที่พอใจมากที่สุด

คะแนนถ่วงน้ำหนัก 4 สำหรับข้อความที่พอใจมาก

คะแนนถ่วงน้ำหนัก 3 สำหรับข้อความที่พอใจปานกลาง

คะแนนถ่วงน้ำหนัก 2 สำหรับข้อความที่พอใจน้อย

คะแนนถ่วงน้ำหนัก 1 สำหรับข้อความที่พอใจน้อยที่สุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวความคิดทางทฤษฎี

แนวความคิดของความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า "Satisfaction" ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้

วิลลิสทริ (2526) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น

พิน (2529) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกรัก ชอบ ยินดี เต็มใจ หรือเจตคติ ของบุคคลที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองตามความต้องการทั้งด้านวัตถุและด้านจิตใจ

ชริณี (2530) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

มนตรี (2536) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือเป็นไปตามที่ตนเองต้องการ และความรู้สึกดังกล่าวนี้จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น ถ้าหากความต้องการหรือเป้าหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกัน ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยองค์ประกอบของการบริการ

สุวิวัฒนา (2540) สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี หรือเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ เมื่อบุคคลอุทิศแรงกาย แรงใจ และสติปัญญาเพื่อกระทำ ในสิ่งนั้น ๆ

Morse (1958) อธิบายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมด หรือ

บางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

Vroom (1964) กล่าวว่า ทักษะและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

Porter (1968) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นแนวความคิดหรือทัศนคติอย่างหนึ่งเป็นสภาวะรับรู้ภายใน ซึ่งเกิดจากความคาดหวังไว้ ถ้าได้รับตามที่คาดหวัง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นถ้าได้น้อยกว่าที่คาดหวังก็ทำให้เกิดความไม่พอใจ

Wolman (1973) นิยามไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกในทางบวกของบุคคลที่เกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลนั้นได้รับการตอบสนอง โดยการตอบสนองนั้นเกิดขึ้นเท่ากับหรือมากกว่าเป้าหมายวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

การกำหนดคุณค่าและความพึงพอใจของลูกค้า

Kotler (2000) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ภารกิจแรกสุดของบริษัทคือ "การสร้างลูกค้า" แต่ปัจจุบันนี้ลูกค้ามีผลิตภัณฑ์และตราสินค้าที่มีระดับราคา และจำนวนผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตหลากหลาย ลูกค้าจึงใช้วิธีประเมินเพื่อเลือกสรรซื้อเสนอที่มีคุณค่ามากที่สุด โดยมีจุดมุ่งหมายคือสิ่งตอบแทนที่สูงค่าที่สุด โดยพิจารณาภายใต้ขอบเขตของต้นทุนค่าใช้จ่ายและความรู้อันจำกัด และลูกค้าจะสร้างความคาดหวังเกี่ยวกับมูลค่าและเลือกทางเลือกที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจและโอกาสที่จะกลับมาซื้อใหม่ในอนาคต

คุณค่าลูกค้า

ลูกค้าจะซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากบริษัทที่ตนคิดว่าจะสามารถเสนอคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า (Customer Deliver Value) ได้อย่างสูงสุด

คุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า คือความแตกต่างระหว่างคุณค่าลูกค้ารวม (Total Customer Value) และต้นทุนลูกค้ารวม (Total Customer Cost) คุณค่าลูกค้ารวมคือกลุ่มของผลประโยชน์ที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

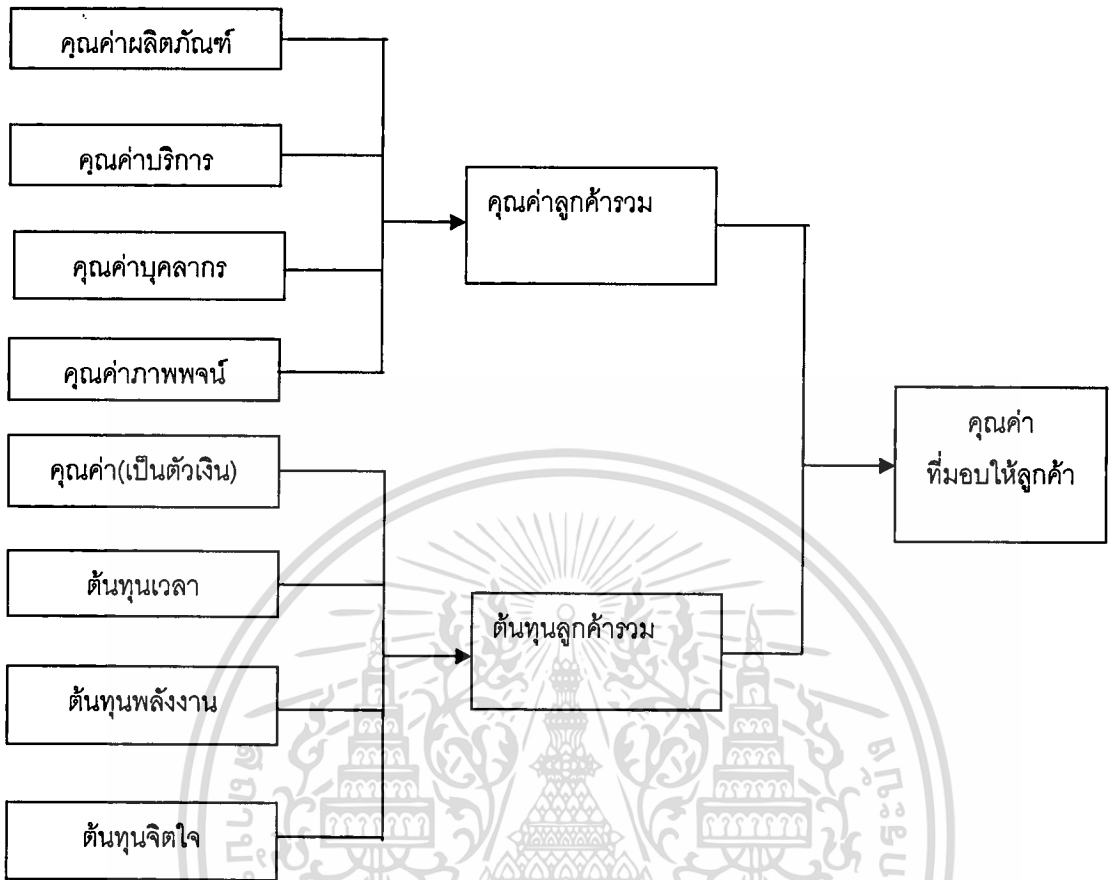
ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้จากผลิตภัณฑ์หรือบริการหนึ่ง ๆ ส่วนต้นทุนลูกค้ารวมได้แก่กลุ่มของต้นทุนที่ลูกค้าคาดว่าจะเกิดขึ้นจากการประเมิน การได้รับและการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น (ภาพที่ 1)

การสร้างคุณค่าที่มอบให้แก่ลูกค้าขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ ประการแรกคือ ผู้ขายต้องประเมินคุณค่าลูกค้ารวม และต้นทุนลูกค้าร่วมกับข้อเสนอของคู่แข่งแต่ละรายเพื่อหาจุดยืนที่เหมาะสมของข้อเสนอของตน ประการที่สอง ผู้ขายซึ่งมีความเสียเปรียบในแง่ของคุณค่าตอบแทนมีทางเลือกสองทางด้วยกันกล่าวคือ ผู้ขายอาจเลือกที่จะเพิ่มมูลค่าลูกค้ารวมหรือลดต้นทุนลูกค้ารวมก็ได้ ถ้าเลือกแบบแรกก็ต้องมีมาตรการเสริมหรือเพิ่มในด้านผลิตภัณฑ์ บริการ บุคลากร และ/หรือภาพลักษณ์ของบริษัท ถ้าเลือกแบบหลังจำเป็นต้องลดต้นทุนของผู้ซื้อ ผู้ขายสามารถลดราคาทำให้กระบวนการสั่งซื้อและจัดส่งสินค้าสะดวกง่ายดายขึ้น หรือแบกรับความเสี่ยงของผู้ซื้อด้วยการออกใบรับประกัน เป็นต้น ด้วยเหตุที่กล่าวมาข้างต้นนี้ จะเห็นได้ว่าผู้ซื้อคือผู้สร้างแบบในการตัดสินใจหรือให้คุณค่าและจะตัดสินใจเลือกทางเลือกที่มีคุณค่าสูงสุด ผู้ซื้อจะพอใจหลังการซื้อหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่าการปฏิบัติตามข้อเสนอ นั้นสัมพันธ์กับความคาดหวังของผู้ซื้อหรือไม่

ความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ (Product's Perceived Performance) กับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้นสรุประดับของความพึงพอใจจึงเป็นความสัมพันธ์ของความแตกต่างระหว่างผลการทำงาน (Perceived Performance) และความคาดหวัง (Expectations) ระดับของความพึงพอใจสามารถแบ่งอย่างกว้าง ๆ เป็นสามระดับด้วยกัน และลูกค้ารายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งในสามระดับนี้ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าเกินกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้นไปอีก

บริษัทหลายแห่งมีเป้าหมายที่จะสร้างความพึงพอใจในระดับสูง เพราะความพึงพอใจในระดับทั่ว ๆ ไปไม่สามารถทำให้ลูกค้าอยู่กับตนตลอดไป ลูกค้าอาจเปลี่ยนใจไปหาบริษัทอื่นหากได้รับข้อเสนอที่ดีกว่า ดังนั้นลูกค้าที่รับความพึงพอใจอย่างสูงจะไม่ใช่กลุ่มที่จะเปลี่ยนใจง่าย ๆ ความพึงพอใจหรือความยินดีในระดับสูงของลูกค้า จะสร้างความรู้สึกใกล้ชิดทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อตราสินค้า นั้น ซึ่งไม่ใช่ความชอบแบบธรรมดาทั่วไป



ภาพที่ 1 ปัจจัยกำหนดคุณค่าเพิ่มของลูกค้า
ที่มา : (ดัดแปลงมาจาก Kotler, 2000: 35)

ความคาดหวังของลูกค้าได้สร้างบนพื้นฐานประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้ซื้อ คำแนะนำของเพื่อนฝูงคนใกล้ชิด ข่าวสารและคำมั่นสัญญาของนักการตลาดและคู่แข่งกัน ถ้านักการตลาดสร้างความคาดหวังให้สูงเกินไป ผู้ซื้อก็มีแนวโน้มที่จะผิดหวังได้ ในทางตรงข้ามหากบริษัทสร้างความคาดหวังของลูกค้าต่ำเกินไปก็อาจจะไม่สามารถดึงดูดใจผู้ซื้อได้เพียงพอ ทั้งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อได้ก็ตาม

บริษัทที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบันบางแห่งพยายามยกระดับความคาดหวัง และส่งมอบการให้บริการ (การทำงาน) ที่สอดคล้องกับความคาดหวังนั้น ๆ บริษัทเหล่านี้ล้วนมุ่งสู่แนวทางของความพอใจสูงสุดของลูกค้า (Total Customer Satisfaction: TCS) คือความพึงพอใจระดับสูงหรือความสุขใจสามารถสร้างความผูกพันทางความรู้สึกต่อตราสินค้า ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่ความชอบมากกว่าเท่านั้น แต่จะนำไปสู่ความรู้สึกภักดีของลูกค้าต่อตราสินค้านั้นด้วย

ดังนั้นวิธีการที่เหมาะสม คือ จะต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สมาชิกทุกคนต่างมีเป้าหมายที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นสำคัญ ดังเช่นเมื่อไม่นานมานี้ ยูนิซิส ซึ่งเป็นบริษัทคอมพิวเตอร์ได้เริ่มใช้คำว่า "Customaries" ในโฆษณาของตน และให้นิยามของคำกล่าวว่า "ทำให้บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งสามารถดึงดูดลูกค้ารายใหม่ได้" ซึ่งมีความหมายถึงการขยายระบบข้อมูลข่าวสาร ซึ่งสามารถให้บริการตามหน่วยติดต่อและสนับสนุนลูกค้า แต่สิ่งที่บริษัทเรียกร้องคือ "ความสามารถในการตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า" นั้นไม่ได้ต้องการเพียงแค่การให้ข้อมูลข่าวสารอย่างดีเท่านั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการเชื่อมโยงเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบและให้การสนับสนุนลูกค้าเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าและต้องเปลี่ยนความคิดของคนในองค์กรให้ปฏิบัติไปตามนโยบายดังกล่าว

ดังนั้นบริษัทที่ต้องการประสบความสำเร็จในสภาพตลาดปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจความคาดหวังภาพลักษณ์เกี่ยวกับความสามารถ ความน่าเชื่อถือ และความพึงพอใจของลูกค้าทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับตัวบริษัทและของคู่แข่งชั้นด้วย ดังเช่นถ้าบริษัทหนึ่งรู้สึกพอใจเมื่อได้ทราบว่าร้อยละ 80 ของลูกค้าตนมีความพึงพอใจในบริการของบริษัท แต่ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทได้ทราบในเวลาต่อมาว่า คู่แข่งขันมีอัตราลูกค้าที่พึงพอใจถึง ร้อยละ 90 และยิ่งท้อใจมากขึ้นเมื่อได้ทราบว่า คู่แข่งขันรายนี้มีเป้าหมายที่จะเพิ่มอัตราลูกค้าที่พึงพอใจขึ้นไปที่ ร้อยละ 95

เครื่องมือสำหรับติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า

ระบบร้องเรียน บริษัทที่เน้นความสำคัญของลูกค้าสามารถร้องเรียนและให้คำแนะนำแก่บริษัทโดยสะดวก เช่น โรงแรมและภัตตาคารหลายแห่งจะติดตั้งกล่องรับความคิดเห็นของลูกค้า แม้กระทั่งโรงพยาบาลจะมีกล่องดังกล่าวเช่นกัน สำหรับบริษัทที่เน้นความสำคัญของลูกค้า เช่น พีแอนด์จี เจเนอรัลอีเล็กทริกส์ เวิร์ลพูล เปิดบริการที่เรียกว่า "สายด่วนลูกค้า" โดยลูกค้าสามารถติดต่อโทรฟรีตามหมายเลขโทรศัพท์เลข 800 เพื่อรับคำร้องเรียนและคำแนะนำโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด ข้อมูลจากลูกค้าเหล่านี้จะช่วยให้บริษัททราบความรู้สึกของลูกค้าและนำมาปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น

การสำรวจความพอใจของลูกค้า การวัดค่าความพึงพอใจของลูกค้าตามระบบร้องเรียนไม่ใช่คำตอบที่ดีที่สุด งานวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่าลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจ 1 ครั้งต่อการซื้อสินค้าทุก ๆ 4 ครั้ง และลูกค้าที่ไม่พึงพอใจนี้จะร้องเรียนในอัตราส่วนน้อยกว่าร้อยละ 5 ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่น้อยมาก เนื่องจากลูกค้ารู้สึกว่าคำร้องเรียนของตนเป็นเรื่องไม่สำคัญ หรืออาจทำให้มองดูเหมือนคนโง่เขลาหรือไม่คิดว่าจะมีการแก้ไขปรับปรุงตามมา สิ่งที่ลูกค้าทำได้ก็คืออดทนไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าดังกล่าวน้อยลง หรือเปลี่ยนไปชื่อของผู้ผลิตรายอื่นแทนการร้องเรียน ผลก็คือบริษัทต้องสูญเสียลูกค้าโดยไม่จำเป็น ดังนั้นบริษัทจึงไม่อาจใช้ระดับของการร้องเรียนมาเป็นสิ่งตัดสินความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักแต่ควรใช้การสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าเป็นระยะ ๆ ประกอบการพิจารณา โดยอาจทำเป็นแบบสอบถามหรือสุ่มโทรศัพท์ขอความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานและการให้บริการของบริษัท นอกจากนี้ยังอาจขอความเห็นเกี่ยวกับบริษัทคู่แข่งจกลูกค้าเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับของตน การวัดความพึงพอใจของลูกค้าจะสามารถกระทำได้หลายวิธีด้วยกัน เช่น อาจวัดจากการสอบถามโดยตรง “ให้แสดงความรู้สึกเกี่ยวกับบริการ โดยให้เลือกตามระดับดังกล่าวนี้ ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ เฉย ๆ พอใจ พอใจมาก” นอกจากนี้ยังอาจถามผู้ตอบแบบสอบถามว่า พวกเขาคาดหวังในบริการและมีประสบการณ์ในด้านที่ไม่พึงพอใจมากเพียงใด หรืออาจให้ผู้ตอบเขียนรายการปัญหาที่พบรวมทั้งข้อเสนอในการปรับปรุงแก้ไข (การวิเคราะห์ปัญหา) ประการสุดท้าย บริษัทอาจขอให้ผู้ตอบแบบสอบถามจัดอันดับข้อเสนอต่าง ๆ โดยพิจารณาจากความสำคัญและความสามารถในการให้บริการตามข้อเสนอเหล่านั้น (การจัดอันดับความสำคัญ/ความสามารถในการดำเนินงาน)

วิธีสุดท้ายนี้จะทำให้บริษัททราบว่า จะสามารถปฏิบัติสอดคล้องให้กับความสำคัญของข้อเสนอแต่ละข้อหรือไม่ ในขณะที่เก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้านี้ บริษัทอาจจะถามข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อวัดความตั้งใจในการซื้อสินค้าอีกครั้งหนึ่งของลูกค้า ซึ่งมีแนวโน้มที่ลูกค้าจะหวนกลับมาซื้อใหม่นั้นขึ้นอยู่กับระดับความพึงพอใจ ซึ่งถ้าสูงมากโอกาสที่จะกลับมาซื้อก็มากตามไปด้วย นอกจากนี้การวัดความเป็นไปได้ หรือความยินดีที่จะให้คำแนะนำบริษัทและตราสินค้าของบริษัทต่อบุคคลอื่นก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน ยังมีคนพูดถึงบริษัทในแง่ดีมากเท่าใด ย่อมหมายความว่าบริษัทสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสูงมากเช่นกัน

วิธีการปลอมตัวเป็นลูกค้าของบริษัท วิธีในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่ดีและมีประโยชน์มากอีกวิธีหนึ่ง ได้แก่ การว่าจ้างให้บุคคลอื่นปลอมตัวเป็นลูกค้าเพื่อหาจุดเด่นและจุดด้อยในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทและของคู่แข่ง ลูกค้าปลอม (Ghost Shoppers) อาจทำที่ว่ามีปัญหาในระหว่างการซื้อสินค้า เพื่อทดสอบดูว่าพนักงานขายของบริษัทแก้ไขสถานการณ์ได้ดีเพียงใด เช่น อาจบ่นเกี่ยวกับอาหารของภัตตาคารในเครือบริษัทเพื่อดูว่าเจ้าหน้าที่จะจัดการกับคำร้องเรียนอย่างไร นอกจากนี้ตัวผู้จัดการเองก็ควรจะไปเป็นลูกค้าร้านอาหารหรือบริษัทของคู่แข่ง เพื่อดูว่าฝ่ายคู่แข่งปฏิบัติต่อลูกค้าของเขาอย่างไร และทำนองเดียวกันผู้จัดการอาจทำที่เป็นลูกค้าโทรศัพท์เข้ามาสอบถาม หรือขอความช่วยเหลือจากบริษัทของตนเพื่อเป็นการตรวจสอบพฤติกรรมการทำงาน (ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า) ของพนักงานในบริษัทตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจจากลูกค้าที่บริษัทสูญเสียไป บริษัทควรติดต่อลูกค้าที่ยุติ การซื้อหรือเปลี่ยนไปซื้อสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น เพื่อหาคำตอบว่าทำไมจึงเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว เช่น ทุกครั้งที่บริษัทไอบีเอ็มสูญเสียลูกค้าไปหนึ่งราย บริษัทจะต้องติดตามสอบถามเพื่อให้ทราบว่า เกิดปัญหาใดบ้าง เช่น ราคาสินค้าสูงเกินไป บริการไม่เพียงพอหรือเป็นที่ประทับใจ ผลลัพธ์ที่ไม่มี คุณภาพ เป็นต้น เหตุผลไม่ใช่เพียงแค่การสอบถามความรู้สึกของลูกค้าที่ละทิ้งบริษัทไปเท่านั้น แต่ ยังทำให้ทราบถึงอัตราการสูญเสียลูกค้าอีกด้วย ซึ่งถ้ามีอัตราสูงแสดงว่าบริษัทไม่สามารถสร้างความ พึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้

สำหรับบริษัทที่เน้นความสำคัญของลูกค้าแล้ว ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นทั้งเป้าหมาย และเครื่องมือการตลาดที่สำคัญ บริษัทที่มีอัตราความพึงพอใจของลูกค้าสูงต้องถ่ายทอดข้อมูล ดังกล่าวให้ตลาดเป้าหมายของตนทราบด้วย ดังกรณีของฮอนด้าแอกคอร์ด ซึ่งได้รับการจัดอันดับ รถยนต์ที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสูงสุดเป็นอันดับ 1 จากเจ.ดี. พาวเวอร์ เป็นเวลาหลายปี ข้อมูลนี้ปรากฏอยู่ในโฆษณาของบริษัทด้วย ผลก็คือช่วยให้ยอดขายของฮอนด้าแอกคอร์ด ขยับสูงขึ้น เช่นเดียวกับกรณีของ เดลล์ คอมพิวเตอร์ ซึ่งเติบโตอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรม คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลด้วยการครองอันดับสูงสุดในด้านการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และ บริษัทได้เผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวให้สาธารณชนรับทราบ

แม้บริษัทที่เน้นความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก จะต้องการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า อย่างแท้จริง แต่หลายแห่งอาจไม่ได้สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าก็เป็นได้ เพราะประการแรก บริษัทสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยการลดราคาสินค้าหรือเพิ่มบริการให้ แต่วิธีนี้ อาจทำให้บริษัทมีผลกำไรน้อยลง ประการที่สอง บริษัทอาจเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของ ตนในทางอื่น เช่น ด้วยการปรับปรุงการผลิตหรือลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา ประการที่สาม บริษัท อาจมีผู้มีส่วนได้เสียกับกิจการมากมายด้วยกัน ซึ่งได้แก่ พนักงาน ตัวแทนจำหน่าย ผู้จำหน่าย ปัจจัยการผลิต และผู้ถือหุ้น เพราะฉะนั้นบริษัทอาจต้องแบ่งปันผลประโยชน์ที่จะให้แก่ลูกค้าไป เพิ่มความพึงพอใจให้กับหุ้นส่วนรายอื่น ๆ เช่นกัน ประการสุดท้ายบริษัทต้องดำเนินไปตามปรัชญา ที่ว่า บริษัทต้องสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าในระดับสูง

บทที่ 3

ธุรกิจของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ในประเทศไทย

ประวัติความเป็นมาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย

กิจการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเซลลูลาร์ในประเทศไทย เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2527 (ประเสริฐ, 2543) เมื่อกระทรวงคมนาคมอนุมัติให้หน่วยงานของรัฐในสังกัด คือ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) และการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) ดำเนินการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเซลลูลาร์ในเชิงแข่งขันกัน ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2529 ทศท. ได้เริ่มให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเซลลูลาร์ด้วยระบบ Nordic Mobile Telephone ในย่านความถี่ 470 MHz (NMT-470) ต่อมาในเดือนกุมภาพันธ์ 2530 กสท. ได้เปิดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเซลลูลาร์ด้วยระบบ Advance Mobile Phone System ในย่านความถี่ 800 MHz (AMPS 800 Band A)

เนื่องจากปริมาณความต้องการที่มีอยู่มาก ประกอบกับภาวะของการขาดแคลนโทรศัพท์พื้นฐาน ซึ่งในขณะนั้นยังไม่สามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและครบถ้วนตามความต้องการของตลาด ทศท. ได้เปิดประมูลให้สิทธิบริษัทเอกชนเข้ามาดำเนินการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเซลลูลาร์ ซึ่งบริษัทแอ็ดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS ได้รับสิทธิดำเนินการในระบบ NMT-900 โดยเริ่มดำเนินการในเดือนตุลาคม 2533 กสท. ได้เปิดประมูลให้สิทธิบริษัทเอกชนเข้ามาดำเนินการร่วมการงานเช่นกัน ซึ่งบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ DTAC ได้รับสิทธิดำเนินการในระบบ AMPS 800 Band B โดยเริ่มดำเนินการในเดือนกันยายน พ.ศ. 2534

สืบเนื่องจากบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเซลลูลาร์ข้างต้นยังเป็นระบบอนาล็อกอยู่ ซึ่งมีคุณภาพบริการและการพัฒนาระบบได้อย่างจำกัด ทำให้มีการนำระบบดิจิทัลมาให้บริการ ซึ่งมีคุณภาพและบริการเสริมหลากหลาย และมีความสามารถในการรองรับลูกค้าได้จำนวนมาก โดยที่ AIS ได้เปิดบริการระบบ Global System for Mobile ในย่านความถี่ 900 MHz (GSM 900) และ DTAC ได้เปิดให้บริการระบบ Personal Communication Network ในย่านความถี่ 1800 MHz (PCN 1800) ต่อมา กสท. ได้เห็นชอบที่บริษัท DTAC โอนสิทธิและหน้าที่บางส่วนของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ระบบ PCN 1800 แก่บริษัท Wireless Communication Service (WCS) และบริษัท Digital Phone Co., Ltd. (DPC) ซึ่งทำให้ กสท. มีผู้ร่วมการงานในการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเซลลูลาร์มีเพิ่มขึ้นอีก 2 ราย สำหรับในส่วนของโครงข่ายของ กสท. ได้มีการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปรับปรุงประสิทธิภาพบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเซลลูลาร์ (AMP 800 Band A) โดยใช้ระบบดิจิทัล CDMA ย่านความถี่ 800 MHz (CDMA 800) เข้ามาให้บริการทดแทนระบบอนาล็อกเดิม โดยเปิดให้บริการเมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2541 (ตารางที่ 2) ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการทุกระบบรวมกันทั้งสิ้นประมาณ 2 ล้านเลขหมาย

ตารางที่ 1 ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้การดำเนินงานของ ทศท. และ กสท.

หน่วยงาน	ชื่อระบบ	ปีที่เริ่มให้บริการ	ความถี่	ชื่อย่อ	ผู้วางระบบ
ทศท.	Nordic Mobile Telephone	2529	470 MHz	NMT 470	ทศท.
	Nordic Mobile Telephone	2533	900 MHz	NMT 900	เอไอเอส
	Global System for Mobile	2537	900 MHz	GSM 900	เอไอเอส
กสท.	Advance Mobile	2530	800 MHz		กสท.
	Advance Mobile	2534	800 MHz		ดีแทค
	Personal Communication Network	2537	1800 MHz		ดีแทค

ที่มา : (ศิริวัฒน์, 2541)

ระบบเครือข่ายและความสามารถในการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ DTAC

การให้บริการโทรศัพท์เป็นการแปลงสัญญาณเสียงที่ต้นทางให้กลายเป็นสัญญาณไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ แล้วจึงแปลงกลับเป็นสัญญาณเสียงอีกครั้งที่ปลายทาง ตามปกติโทรศัพท์พื้นฐานธรรมดาที่ใช้งานกันทั่วไปจะใช้วิธีส่งสัญญาณตามสายเคเบิล ส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่จะแตกต่างกันออกไปกล่าวคือ ในการส่งสัญญาณจะส่งเป็นคลื่นวิทยุซึ่งคลื่นวิทยุนี้จะถูกส่งผ่านไปนอกภาคโดย

เอกลิขสิทธิ์โดยสำนักงานคณะกรรมการการกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) โทร. 0-2642-4000 โทรสาร 0-2642-4001 เว็บไซต์ : www.ssb.or.th

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่ได้ผ่านสื่อใด ๆ คลื่นวิทยุนี้จะถูกส่งจากต้นกำเนิดด้วยความถี่ต่าง ๆ กัน แล้วแต่จุดประสงค์ของการทำงาน กล่าวโดยสรุปคือ ความถี่เป็นจำนวนคลื่นวิทยุที่ถูกส่งออกไปต่อหนึ่งช่วงเวลา เช่น ความถี่ 800 เมกะเฮิรตซ์ จะมีคลื่นวิทยุ 800 ล้านคลื่นถูกส่งออกจากต้นกำเนิดใน 1 วินาที การที่มีคลื่นวิทยุหลาย ๆ คลื่นความถี่แตกต่างกันออกไปเพื่อสนองจุดประสงค์ของการทำงาน คลื่นวิทยุที่มีความถี่ต่างกันจะมีคุณสมบัติในการทำงานต่างกันไป คลื่นวิทยุที่มีความถี่ต่ำจะมี อำนาจในการทะลุทะลวงสิ่งกีดขวางได้ต่ำ แต่มีรัศมีการครอบคลุมพื้นที่ได้กว้าง ส่วนคลื่นวิทยุที่มีความถี่สูงจะมี อำนาจการทะลุทะลวงสิ่งกีดขวางได้ดีกว่าแต่มีรัศมีการครอบคลุมพื้นที่ได้น้อยกว่า

โครงสร้างระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ DTAC

ส่วนประกอบของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 4 ส่วนคือ

1. ชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่คือ ชุมสายระบบคลื่นวิทยุและโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางให้เลขหมายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำการสลับสายหนึ่งส่งต่อผ่านไปยังปลายทางต่อคู่สายโทรศัพท์ และควบคุมการติดต่อสื่อสารของระบบทั้งหมด รวมทั้งบันทึกข้อมูลการใช้งานด้วย เช่นเดียวกับ ชุมสายโทรศัพท์ธรรมดาทั่ว ๆ ไป โดยเครื่องแม่ข่ายนี้จะเชื่อมโยงระหว่างสถานีฐานโดยใช้เคเบิลใยแก้วเป็นตัวเชื่อมโยง ชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีชื่อเรียกที่แตกต่างกันออกไปด้วยตามโทรศัพท์ เคลื่อนที่ระบบต่าง ๆ ดังนี้

- 1.1 ระบบอนาล็อก AMPS มีชื่อเรียกว่า Electronic Mobile Exchange (EMX)
- 1.2 ระบบอนาล็อก NMT มีชื่อเรียกว่า Mobile Telephone Exchange (MTX)
- 1.3 ระบบดิจิตอล PCN, GSM มีชื่อเรียกว่า Mobile Switching Center (MSC)

2. สถานีฐานหรือสถานีแม่ข่ายย่อย จะทำหน้าที่ในเป็นตัวกลางสำหรับการติดต่อระหว่างชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่กับตัวโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในเขตพื้นที่ครอบคลุมซึ่งเรียกว่า เซล (Cell) แต่ละเซลล์จะมีช่องรับส่งสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Channel) ตั้งอยู่ โดยสถานีฐานรับคำสั่งมาจากชุมสาย โทรศัพท์เคลื่อนที่ส่งผ่านข้อมูลทางคลื่นวิทยุไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ และจะรับข้อมูลจากโทรศัพท์ เคลื่อนที่ส่งกลับไปยังชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความถี่วิทยุที่ใช้จึงมี 2 ความถี่คือ ด้านส่งและรับ นอกจากนี้สถานีฐานยังคอยตรวจวัดสัญญาณที่ได้รับจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ระดับความเข้มของ คลื่นวิทยุ (RF signal strength) และคุณภาพของเสียง (SIN : Signal to noise Radio) ส่งข้อมูลไปยังชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในการทำงานที่จะทำให้ระบบมีความมั่นคงและลูกค้าสามารถที่จะใช้งานโทรศัพท์ได้ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศนั้น สถานีฐานจะตั้งกระจายอยู่ทั่วประเทศ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้ได้กว้างขวางในหลายพื้นที่ได้รับบริการที่ดีโทรเข้าออกง่าย เนื่องจากมี

สัญญาณครอบคลุมทั่วถึง เพราะช่องสัญญาณจะว่างมากขึ้นสามารถรองรับการโทรออกและโทรเข้าจากผู้ใช้บริการได้ และมีเครือข่ายรับสัญญาณในหลายพื้นที่

สถานีฐานในแต่ละระบบของโทรศัพท์เคลื่อนที่มีชื่อต่าง ๆ ดังนี้

1. ระบบอนาล็อก AMPS 800 B และระบบดิจิทัล PCN 1800 มีชื่อเรียกว่า : CELL SITE (CS)
2. ระบบอนาล็อก NMT 470 และระบบอนาล็อก NMT 900 มีชื่อเรียกว่า : Radio Base Station (RBS)
3. ระบบดิจิทัล GSM 900 มีชื่อเรียกว่า : Base Station Subsystem (BSS)
4. ระบบดิจิทัล World Phone 1800 มีชื่อเรียกว่า : Base Transceiver Station (BTS)

3. อุปกรณ์สื่อสารสัญญาณ เป็นส่วนที่ทำหน้าที่ในการเป็นตัวกลางในการเชื่อมสัญญาณรับส่ง ระหว่างชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่กับสถานีฐานต่าง ๆ โดยมากมักจะอยู่ในรูปของสัญญาณคลื่นวิทยุ (Micro Wave) หรือสายนำสัญญาณ (Fiber Optic)

ระบบสื่อสารสัญญาณ (Transmission System : TS) เป็นการเชื่อมโยงจากชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังที่ต่าง ๆ ดังนี้

1. เชื่อมโยงระหว่างชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่กับสถานีฐาน
2. เชื่อมโยงระหว่างชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่กับวงจรโทรศัพท์ภายในประเทศ
3. เชื่อมโยงระหว่างชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่กับวงจรโทรศัพท์ต่างประเทศ
4. เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Station : MS) คือเครื่องลูกข่ายทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์

ที่ใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยกันหรือโทรศัพท์ธรรมดา

ความสามารถในการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ DTAC

การติดต่อสื่อสารจากโทรศัพท์ธรรมดาเข้าเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเครือข่ายต่าง ๆ สัญญาณเรียกจะถูกส่งผ่านไปที่ชุมสายโทรศัพท์ธรรมดาก่อน แล้วจึงจะต่อไปยังชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ โดยชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่จะค้นหาสถานีฐานหรือสถานีแม่ข่ายย่อยในพื้นที่ที่โทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นอยู่และส่งสัญญาณเรียกไปยังเลขหมายที่ถูกเรียก ในทางกลับกันถ้าเป็นการติดต่อจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังเครื่องโทรศัพท์ธรรมดา โทรศัพท์เคลื่อนที่จะส่งสัญญาณไปยังสถานีฐาน ต่อจากนั้นสถานีฐานจะส่งสัญญาณไปยังชุมสายเคลื่อนที่ เพื่อตรวจสอบว่าเป็นการติดต่อไปยังโทรศัพท์ธรรมดาหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยกัน ถ้าหากเป็นการติดต่อไปยังโทรศัพท์

ธรรมดาจะมีการส่งสัญญาณไปที่ชุมสายของโทรศัพท์ธรรมดา ก่อน แล้วจึงส่งต่อไปยังหมายเลขโทรศัพท์ธรรมดา แต่หากเป็นการติดต่อไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยกัน สัญญาณจะถูกส่งไปยังสถานีฐานที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ถูกเรียกนั้นอยู่ใกล้ที่สุด

สำหรับระบบดิจิทัลจะมีระบบการทำงาน ที่แตกต่างจากระบบอนาล็อกในบางส่วน คือระบบดิจิทัลจะใช้ Smart Card หรือ SIM Card (Subscriber Identify Module) ซึ่งเป็นแผ่นชิปคอมพิวเตอร์พลาสติกการ์ด แต่ละใบนั้นจะบันทึกข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของการ์ดไว้ทั้งหมด เมื่อต้องการใช้เพียงนำการ์ดไปเสียบเข้ากับเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องอื่น จากนั้นนำติดตัวไปใช้ในต่างประเทศได้ จึงไม่จำเป็นที่จะต้องนำเอาตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ติดตัวไปด้วย (แต่ถ้าเป็นระบบอนาล็อก เจ้าของเครื่องนั้นจะต้องนำเครื่องไปด้วย) เพียงแต่พก SIM Card ไปด้วยโดยนำไปเสียบเข้ากับโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็สามารถใช้งานได้ทันที

ประเภทของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่มีผู้ให้บริการทั้งหมด 4 ราย องค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย การสื่อสารแห่งประเทศไทย บริษัท แอ็ดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และในปลายปี 2544 จะมีผู้ให้บริการรายใหม่เพิ่มขึ้นอีก 1 รายคือ บริษัท ซีที ออเรนจ์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของซีที มีระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด 7 ระบบ ได้แก่ ระบบ NMT 470 ระบบ AMPS 800 ระบบ NMT 900 ระบบ PCN 1800 ระบบ GSM 900 ระบบ PHS 1900 และระบบ GSM 1800 ทั้งนี้ยังไม่รวมระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่อื่น ๆ ที่จะให้บริการในอนาคตดังตารางที่ 3 และตารางที่ 4

การแบ่งประเภทของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ตามระบบการส่งสัญญาณ

จากระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันซึ่งมีผู้ให้บริการ 4 ราย สามารถแบ่งตามระบบของการส่งสัญญาณได้เป็น 2 ระบบคือ

1. ระบบอนาล็อก (Analog) คือ ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีสัญญาณการรับและส่งเป็นสัญญาณคลื่นวิทยุที่ใช้ระบบการเข้าถึงหลายทางแบบแบ่งความถี่ (Frequency Division Multiple Access : FDMA) การทำงาน 1 ช่องสัญญาณจะมีเพียง 1 คู่สาย ในระบบอนาล็อก เมื่อผู้ใช้พูดเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ต้นทาง เสียงพูดคุยจะเป็นเสียงที่มีความถี่ระดับหนึ่ง และความถี่ นั้นจะถูกส่งเข้าไปยังเครื่องปลายทาง ซึ่งช่องระหว่างทางอาจจะมีความถี่รบกวนแทรกเข้ามา

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ให้บริการในประเทศไทยในปัจจุบัน

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่		ผู้ให้บริการ
อนาล็อก	NMT 470	องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย
	AMPS 800 A	การสื่อสารแห่งประเทศไทย
	NMT 900	บริษัท แอ็ดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
	AMPS 800 B	บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
ดิจิตอล	PCN 1800	บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
	GSM 900	บริษัท แอ็ดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
	GSM 1800	บริษัท แอ็ดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
	N-AMPS 800	บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
	PHS 1900	บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ที่มา : (ศิริวัฒน์, 2541)

ตารางที่ 3 ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะให้บริการในประเทศไทยในอนาคต

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่	เจ้าของเทคโนโลยี	โครงการที่ใช้เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่
PCS 1900 (Personal Cordless System)	สหรัฐอเมริกา	บริษัท แอ็ดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
PDC 1500 (Personal Digital Cellular)	NTT ญี่ปุ่น	โครงการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ย่าน ความถี่ 1500 เมกะเฮิร์ตซ์
CDMA (Code Division Multiple Access)	Qual comm	โครงการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของการสื่อสาร แห่งประเทศไทยและเครือข่ายระบบ 800 ของ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ย่านความถี่ 800 MHz

ที่มา : (ศิริวัฒน์, 2541)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบอนาล็อก (Analog) เป็นระบบการสื่อสารผ่านสถานีเครือข่ายที่เชื่อมโยงต่อกันในลักษณะที่เรียกว่า ระบบเซลลูลาร์ (Cellular System) คือ ระบบที่ให้บริการโทรศัพท์และบริการพิเศษอื่น ๆ ในลักษณะคล้าย ๆ กันรูปร่างเป็นวงต่อกันไปเรื่อย ๆ โดยผู้ให้บริการสามารถใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เมื่ออยู่ในวงหรือพื้นที่ที่ให้บริการเท่านั้น ทั้งนี้จะแบ่งพื้นที่ให้บริการเป็นพื้นที่ย่อย ๆ เรียกว่าเซล (Cell) ซึ่งจะติดต่อกันหลาย ๆ เซล ในแต่ละเซลที่ติดต่อกันนี้จะมีอุปกรณ์ของระบบรับ-ส่งสัญญาณตั้งอยู่ที่สถานีฐาน สัญญาณของสถานีฐานต่าง ๆ ในแต่ละเซลหลาย ๆ เซลนั้นจะต่อเข้ากับชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่าง ๆ จะต่อเข้ากับเครือข่ายหลักหรือเครือข่ายโทรศัพท์ภาคพื้นดิน (Public Switching Telephone Network : PSTN) ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยอีกที โดยผ่านระบบโทรศัพท์ที่อื่น หรือเชื่อมโยงไปยังโทรศัพท์บ้าน (Land line) ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

2. ระบบดิจิทัล (Digital System) ระบบดิจิทัลจึงเกิดขึ้นมาจากความต้องการจะพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอนาล็อกให้มีศักยภาพในการให้บริการที่สูงขึ้น แนวความคิดในการพัฒนาระบบอนาล็อกให้เป็นระบบดิจิทัลเริ่มขึ้นในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก เช่น ยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลของไทย เป็นระบบที่พัฒนามาจากกลุ่มประเทศ ในยุโรป โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลเป็นสัญญาณการเข้าถึงได้หลายทางแบบแบ่งเวลา (Time Division Multiple Access : TDMA) ระบบการทำงานนี้ใน 1 ช่องสัญญาณสามารถมีคู่สายได้ถึง 8 คู่สายหรือ 8 คู่สนทนา ซึ่งทำได้โดยการนำคลื่นความถี่มาซอยเป็น 8 ช่วงเวลา แต่ละคู่สาย จะพูดตามช่วงเวลาของตน เทคโนโลยีนี้ทำให้ได้รับประโยชน์จากคลื่นความถี่มากขึ้น การพัฒนาจาก ระบบอนาล็อกมาสู่ระบบดิจิทัล ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีประสิทธิภาพที่ดีมากยิ่งขึ้นด้วย โดยในระบบดิจิทัลนั้นจะมีคุณภาพเสียงที่คมชัด สมบูรณ์ ชัดเจน และป้องกันสัญญาณรบกวน ต่าง ๆ ได้ดีกว่าระบบอนาล็อก เมื่อมีเสียงคนพูดเข้าเครื่อง สัญญาณเสียงจะเหมือนเดิม แต่ตัว เครื่องจะมีการปรับสัญญาณเสียงเป็นสัญญาณเสียงดิจิทัลก่อนคือ นำสัญญาณมาทำให้อยู่ในรูป เปิดกับปิด ขึ้นหรือลง (ในลักษณะเลขฐาน 2 คือ 0 และ 1) เรียกว่า "Digitalized Voice" จากนั้นสัญญาณจะถูกส่งไปภายในอากาศ ถ้าหากเจอคลื่นรบกวนเสียงจะเพี้ยนไปจากเดิมบ้าง แต่เมื่อถึงเครื่องรับปลายทางเครื่องจะทำการเปลี่ยนสัญญาณคลื่นใหม่เป็นดิจิทัล หรือเรียกว่า "Regenerated Voice" ซึ่งก็คือ Digitalized Voice ที่ถูกตัดสัญญาณรบกวนออกหมด

ดังนั้นสัญญาณต้นทางและสัญญาณปลายทาง จะเหมือนกันทุกประการรวมทั้งเสียงพูดด้วย นอกจากนี้การโทรเข้าและออกจะกระทำได้ง่ายขึ้น เนื่องจากสถานีฐานมีขนาดเล็กลง เมื่อ

เทียบกับสถานีฐานในระบบอนาล็อก แต่เดิมระบบดิจิทัลได้ถูกพัฒนาขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้การสื่อสารระหว่างประเทศในทวีปยุโรป ปัจจุบันระบบดิจิทัลได้รับความนิยมไปทั่วโลก

อย่างไรก็ตามการใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ข้ามประเทศนั้น จะต้องได้รับอนุญาตในแต่ละประเทศก่อน เช่น ในประเทศไทยจะต้องได้รับอนุญาตจากกรมไปรษณีย์โทรเลขและกรมศุลกากร อุปกรณ์โทรคมนาคมประเภทนี้ จะต้องมีการขออนุญาตร่วมกันกับผู้ให้บริการในต่างประเทศซึ่งในการทำงานร่วมกันทั้งด้านระบบเครื่องลูกข่ายและระบบบริการชำระเงิน และจะต้องมีหน่วยงานกลาง (Clearing House) เป็นผู้คิดค่าบริการระหว่างประเทศ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการนำเครื่องออกไปใช้ยังต่างประเทศ ส่วนอุปกรณ์ของระบบดิจิทัลจะมีเครื่องลูกข่ายซึ่งเป็นเครื่องรับและส่งสัญญาณจะใช้ร่วมกับ Sim Card ทั้งสองตัวนี้รวมเรียกว่า Mobile Station หรือเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล มีการป้องกัน 2 ส่วนคือ การแก้ไขในส่วนของสัญญาณในการดักฟังไม่สามารถกระทำได้ และในส่วนของสินค้าไม่ให้เกิดการปลอมแปลงได้ โดยได้จัดสร้างระบบ End-Cription ขึ้น ทำให้ผู้ที่มีเครื่องวิทยุสื่อสารรับความถี่นี้ได้ ไม่สามารถดักฟังจนจับใจความสนทนาได้ เนื่องจากการรับ-ส่งสัญญาณของระบบดิจิทัลเป็นเลขฐานสองคือ 0 และ 1 มิใช่มีเสียงพูดเหมือนกับการรับ-ส่งสัญญาณในระบบอนาล็อก เครื่องดักฟังเมื่อไม่ทราบรหัสหรือโค้ด (Code) ก็ จะไม่สามารถถอดรหัสได้ เครือข่ายภาคพื้นดินหรือเครือข่ายหลัก (PSTN) ในอนาคตจะเปลี่ยนมาเข้าสู่เครือข่ายบริการสื่อสารร่วมระบบดิจิทัล (Integrated Service Digital Network : ISDN) ซึ่งใช้ต่อเข้ากับคอมพิวเตอร์ส่งข้อมูลและภาพเป็นดิจิทัลด้วยความเร็วสูงมาก ระบบดิจิทัลได้ถูกออกแบบให้อยู่บนพื้นฐานเดียวกัน ดังนั้นเมื่อระบบ ISDN ได้มีการใช้แพร่หลายในอนาคตการเชื่อมระบบดิจิทัลสามารถทำได้อย่างทันที ระบบการส่งข้อความเสียงและข้อมูลต่าง ๆ จะเชื่อมกันทันทีโดยใช้ความเร็วสูงแบบดิจิทัลโดยไม่ต้องใช้โมเด็ม (Modem)

พื้นที่ในการให้บริการและอัตราค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ DTAC

พื้นที่การให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกระบบ ในปัจจุบันนี้นั้นสามารถครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดทุกจังหวัดได้ แต่ทั้งนี้คุณภาพของการให้บริการในแต่ละพื้นที่นั้นยังขึ้นอยู่กับที่ตั้งชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่และสถานีฐานของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละระบบ ระบบอนาล็อก เป็นระบบที่สามารถใช้งานได้ดีในเขตภูมิภาค เนื่องจากมีระบบอนาล็อกนั้นได้รับการติดตั้งให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นระบบแรก ที่ทำให้ในปัจจุบันสามารถขยายสถานีฐานและชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ได้ทั่วประเทศ ระบบดิจิทัลเป็นระบบที่สามารถใช้ได้ในพื้นที่เขตชุมชนหนาแน่น เนื่องจากระบบดิจิทัลนั้นถูกออกแบบเพื่อนำมาใช้ในสภาวะการณ์เช่นนี้ แต่ด้วยระบบ

อนาล็อกนั้นมีปัญหาในการใช้สามารถที่จะลักลอบจูนจากภายนอกได้ โดยระบบทำการตรวจจับสัญญาณนั้น ๆ ขณะทำการโทรออกหรือรับสายเข้า ผู้ใช้จะไม่สามารถรู้ได้ว่าตัวเองถูกลักลอบจูนเครื่องอยู่ ดิจิตอลเป็นระบบที่นำเข้ามาไม่นาน การติดตั้งชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสถานีฐานจึงยังมีอยู่ไม่มากนัก แต่ในปลายปี พ.ศ.2539 โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลได้ตั้งสถานีฐานที่มีรัศมีครอบคลุมในหัวเมืองใหญ่ ๆ ทั่วประเทศ

การคิดอัตราค่าบริการในการเรียกโทรศัพท์ (Air Time) ในประเทศไทยนั้นจะคิดตาม เขตพื้นที่ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งในประเทศไทยนั้นแบ่งเขตพื้นที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ออกเป็น 7 เขต

1. กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ปราชินบุรี สระแก้ว นครนายก ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี ตราด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี ราชบุรี กาญจนบุรี นครปฐม สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สุพรรณบุรี อยุธยา อ่างทอง ลพบุรี สิงห์บุรี สระบุรี

2. อุตรธานี หนองบัวลำภู หนองคาย สกลนคร นครพนม มุกดาหาร เลย ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์

3. นครราชสีมา บุรีรัมย์ ชัยภูมิ อุบลราชธานี อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ สุรินทร์ ยโสธร

4. เชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน ลำปาง พะเยาแพร่ น่าน

5. พิษณุโลก สุโขทัย กำแพงเพชร ตาก อุตรดิตถ์ นครสวรรค์ พิจิตร เพชรบูรณ์ อุทัยธานี ชัยนาท

6. นครศรีธรรมราช ตรัง กระบี่ ภูเก็ต พังงา สุราษฎร์ธานี ชุมพร ระนอง

7. ยะลา ปัตตานี นราธิวาส สงขลา พัทลุง สตูล

วิธีคิดค่าบริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยทั่วไป

1. โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเดียวกันโทรเข้าหากัน คิดค่าบริการจากจุดที่โทรไปยังจุดที่รับ

1.1 การเรียกภายในเขตโทรศัพท์เคลื่อนที่เดียวกัน 3 บาท/นาที

1.2 การเรียกภายในเขตโทรศัพท์เคลื่อนที่ติดกัน 8 บาท/นาที

1.3 การเรียกภายในเขตโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ติดกัน 12 บาท/นาที

2. โทรศัพท์เคลื่อนที่โทรเข้าโทรศัพท์บ้าน คิดค่าบริการจากจุดที่โทรไปยังจุดที่รับ

2.1 การเรียกภายในเขตโทรศัพท์เคลื่อนที่เดียวกัน 3 บาท/นาที

2.2 การเรียกภายในเขตโทรศัพท์เคลื่อนที่ติดกัน 8 บาท/นาที

2.3 การเรียกภายในเขตโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ติดกัน 12 บาท/นาที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบหนึ่งโทรเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกระบบหนึ่ง คิดค่าบริการจากจุดที่โทรไปยังจุดที่เครื่องรับโทรศัพท์ในระบบนั้น ๆ จุดทะเบียน

3.1 การเรียกภายในเขตโทรศัพท์เคลื่อนที่เดียวกัน 3 บาท/นาที

3.2 การเรียกภายในเขตโทรศัพท์เคลื่อนที่ติดกัน 8 บาท/นาที

3.3 การเรียกภายในเขตโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ติดกัน 12 บาท/นาที

4. โทรศัพท์บ้านโทรเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดค่าบริการจากจุดที่โทรไปยังจุดที่เครื่องรับโทรศัพท์ในระบบนั้น ๆ จุดทะเบียน

4.1 การเรียกภายในเขตโทรศัพท์เคลื่อนที่เดียวกัน 3 บาท/นาที

4.2 การเรียกภายในเขตโทรศัพท์เคลื่อนที่ติดกัน 8 บาท/นาที

4.3 การเรียกภายในเขตโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ติดกัน 12 บาท/นาที

5. โทรศัพท์เคลื่อนที่โทรเข้าโทรศัพท์บ้านที่ต่างประเทศ คิดค่าบริการตามอัตราที่ค่าบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

การคิดค่าบริการของ DTAC

ในปัจจุบัน DTAC ได้ออกแพ็คเกจส่งเสริมการขายออกมา 4 แพ็คเกจ คือ

1. D-Prompt คิดค่าบริการในลักษณะพรีเพด คือจ่ายเงินก่อนใช้งาน โดยผู้ใช้งานต้องซื้อบัตรเติมเงินซึ่งมีให้เลือกหลายราคา ตั้งแต่ใบละ 300, 500 และ 1,000 บาท โดยมีระยะเวลาในการใช้งานนานถึง 100 วัน คิดค่าโทรนาทีละ 5 บาท

2. D-Light คิดค่าโทรนาทีละ 4 บาท และต้องเสียค่าบริการรายเดือน ๆ ละ 250 บาท

3. D-Medium คิดค่าโทรแบบเหมาจ่ายเดือนละ 750 บาท โดยคิดค่าโทรนาทีละ 3 บาท

4. D-Max คิดค่าโทรแบบเหมาจ่ายเดือนละ 1,200 บาท โดยคิดค่าโทรนาทีละ 2 บาท

(นิรนาม, 2544)

สภาพตลาดและการแข่งขันของธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปี พ.ศ.2538-2544 การแข่งขันล้วนเป็นการแข่งขันในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลของผู้ที่ได้รับสัมปทานทั้ง 2 บริษัทคือ AIS และ DTAC ในระบบ PCN 1800 และ GSM 900 ทั้งนี้เนื่องมาจากการแข่งขันในระบบอนาล็อกทวี ความรุนแรงเพิ่มขึ้นทุกวัน เป็นเหตุให้มีการแข่งขันกันในด้านราคาต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ตั้งแต่การตัดราคาเครื่อง และเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวันเดียวสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนูญตเห็นาไปไซประเษยนดานการค้ำไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ตลาดระดับล่าง (กลุ่ม C) คือ กลุ่มที่มีรายได้ปานกลางถึงระดับต่ำ โดยเน้นผู้ที่มีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสาร ขณะเดินทางซึ่งไม่เน้นคุณสมบัติพิเศษมากนัก เพื่อให้ราคาเครื่องถูกและสามารถแข่งขันกับสินค้าทดแทนอื่น ๆ เช่น วิทยุติดตามตัวได้

การแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามระบบที่ให้บริการ 2 ระบบ

1. ตลาดระบบอนาล็อก ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอนาล็อกส่วนใหญ่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลถึงร้อยละ 70 ของผู้ใช้บริการตลาดระบบอนาล็อกทั้งหมด ทั้งนี้คาดว่าในอนาคตสัดส่วนของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในต่างจังหวัดจะเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ เนื่องจากมีการขยายเครือข่ายที่ครอบคลุมไปทั่วประเทศและมีศักยภาพของขนาดตลาดในต่างจังหวัด ที่สามารถขยายตัวต่อไปได้อีกมาก

2. ตลาดระบบดิจิทัล ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งนี้เนื่องมาจากระบบดิจิทัลยังเป็นระบบใหม่ที่เข้าสู่ตลาด เมื่อปลายปี พ.ศ.2537 กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จึงเป็นตลาดระดับบน (กลุ่ม A) เป็นส่วนใหญ่

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่

โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบไร้สายมีนานกว่า 17 ปีแล้ว เพื่อตอบสนองความต้องการความคล่องตัวของการติดต่อสื่อสาร ธุรกิจนี้มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ได้มีการคาดการณ์ว่าในต้นศตวรรษที่ 21 จะมีผู้ใช้บริการมากกว่า 300 ล้านคน เป็นสิ่งที่จะสามารถชี้ให้เห็นได้ว่าธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตและจะมีการแข่งขันสูงต่อไป โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย ในระหว่างช่วงเวลา 17 ปีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวนของผู้ใช้บริการได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกันนั้นพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคและผู้บริโภคก็ได้เปลี่ยนแปลงไปด้วย ในช่วงแรกนั้นผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดการบริษัท เป็นกลุ่มที่ต้องการความคล่องตัว รวดเร็ว ประหยัดเวลา แต่ในระยะหลังกลุ่มผู้ใช้บริการทั่วไปได้แก่ กลุ่มคนที่เริ่มทำงานได้เข้ามาใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น ความอิสระในการติดต่อสื่อสารที่ได้รับจากโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงกลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่า ช่วยให้การดำเนินชีวิตสะดวกสบายยิ่งขึ้นด้วยศักยภาพของอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ของโลก ได้มุ่งเน้นในด้านการพัฒนาระบบการสื่อสารไร้สายเพื่อที่จะพัฒนาให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ให้มีประสิทธิภาพเหมือนกันกับโทรศัพท์ในอาคาร สำหรับการพัฒนานี้จะทำให้ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น มีความรู้สึกไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่น ๆ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แตกต่างจากการใช้โทรศัพท์พื้นฐาน ขณะเดียวกันการขยายตัวของอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ของโลกและปริมาณการผลิตเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ในระดับสูง มีผลทำให้ราคาเครื่องถูกลง ประกอบกับได้มีการขยายติดตั้งและให้บริการของสถานีฐานอยู่แล้ว ทำให้ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถที่จะขยายตัวไปได้อีก ดังนั้นในอนาคตผู้ให้บริการจะสามารถใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ในชีวิตประจำวัน เช่น ในที่ทำงาน สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ มีการทำนายอนาคตของอุตสาหกรรมนี้ว่า อัตราการเข้าถึง (Penetration Rate) ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วโลกอาจถึงร้อยละ 20 ในปี 2000 โดยประเทศ อย่างสหรัฐอเมริกา สวีเดน สหราชอาณาจักร อาจถึงร้อยละ 30 ในทศวรรษหน้า เมื่ออัตราการเข้าถึงข้อมูลเพิ่มขึ้นเช่นนี้ ทำให้ผู้ให้บริการจะต้องเผชิญกับการกีดกันให้มีการลดราคาและ พัฒนาการให้บริการใหม่ ๆ ในประเทศที่มีอัตราการเข้าถึงสูงอยู่แล้ว เช่น สวีเดน มีความพยายามที่จะเพิ่มการใช้เครือข่ายด้วยการเพิ่มการให้บริการเสริมอื่น ๆ เช่น การรับฝากข้อความด้วยเสียง การฝากแฟกซ์ การส่งข้อความด้วยตัวอักษร ฯลฯ ผู้ให้บริการที่จะอยู่รอดได้ในอนาคตจะมองเพียงแค่ กำไรระยะสั้น ที่ได้จากการมีคุณภาพสินค้าสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และช่องทางการจำหน่ายที่ดีซึ่งยังคงไม่เพียงพอ เพราะจะต้องมองถึงการเพิ่มการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ให้มากขึ้น และเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและระบบการสร้างเทคโนโลยีใหม่ ๆ ขึ้นมา แต่การใช้งานได้ง่ายและมีประโยชน์คุ้มค่างกับเงิน นอกจากนี้ยังต้องการปรับช่องทางการจัดจำหน่าย ให้เปลี่ยนแปลงตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาในเรื่องของ “ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร” (กรณีศึกษา บริษัท. โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด มหาชน) ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามสำรวจตามอาคารที่มีการติดตั้งสถานีเครือข่ายในระบบ DTAC ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 504 ตัวอย่าง

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษาจะเสนอข้อมูลโดยแยกเป็น 5 ส่วนด้วยกันคือ ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ส่วนที่ 3 จะเป็นการวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนที่ 4 เป็นการวิเคราะห์ถึงปัญหาของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนที่ 5 เป็นการวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมีจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาเป็นเพศชาย มีจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	272	54.0
ชาย	232	46.0
รวม	504	100.0

อายุ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20 – 30 ปี มีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 45.4 รองลงมามีอายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	98	19.4
20 – 30 ปี	229	45.4
31 – 40 ปี	135	26.8
41 ปีขึ้นไป	42	8.4
รวม	504	100.0

การศึกษา

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 66.9 รองลงมามีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ระดับปริญญาโทมีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และสูงกว่าปริญญาโทมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	131	26.0
ปริญญาตรี	337	66.9
ปริญญาโท	31	6.2
สูงกว่าปริญญาโท	5	1.0
รวม	504	100.0

สถานภาพสมรส

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC เป็นกลุ่มคนโสด มีจำนวน 379 คน คิดเป็นร้อยละ 75.2 รองลงมาเป็นกลุ่มที่แต่งงานแล้ว มีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 กลุ่มหย่าร้างมีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และกลุ่มหม้ายมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	379	75.2
แต่งงานแล้ว	107	21.2
หย่าร้าง	14	2.8
หม้าย	4	0.8
รวม	504	100.0

อาชีพ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานหน่วยงานเอกชน มีจำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมามีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 รับราชการ มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 อาชีพค้าขาย / อิสระ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 พนักงานรัฐสาหกิจ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 และอาชีพอื่น ๆ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 8)

รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาได้ 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 รายได้ 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทมีจำนวน 51 คน

ไม่ว่าการณ์ใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คิดเป็นร้อยละ 10.1 รายได้มากกว่า 25,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และรายได้ 20,001 – 25,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานเอกชน	317	62.8
นักเรียน / นักศึกษา	128	25.4
รับราชการ	19	3.8
ค้าขาย / งานอิสระ	17	3.4
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	2.4
อื่น ๆ	11	2.2
รวม	504	100.0

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

ระดับรายได้ (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000	51	10.1
5,001 – 10,000	73	14.5
10,001 – 15,000	171	33.9
15,001 – 20,000	161	31.9
20,001 – 25,000	20	4.0
25,001 ขึ้นไป	28	5.6
รวม	504	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่จะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มาเป็นเวลานาน 4 – 8 เดือน มีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมาใช้มาแล้ว 9 – 12 เดือน มีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 ใช้มาแล้วต่ำกว่า 4 เดือน มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 และใช้มาแล้วมากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 4 เดือน	80	15.9
4 – 8 เดือน	201	39.9
9 – 12 เดือน	193	38.3
มากกว่า 1 ปี	30	6.0
รวม	504	100.0

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่จะใช้นิตตต่อเรื่องงานมากที่สุด มีจำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 และใช้ในเรื่องส่วนตัว มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้งาน

วัตถุประสงค์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ติดต่อเรื่องงาน	340	67.5
ติดต่อเรื่องส่วนตัว	164	32.5
รวม	504	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่วงเวลาที่ใช้งาน

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่จะใช้งานช่วงเวลา 06.01 – 12.00 น. มีจำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 ช่วงเวลา 12.00 – 18.00 น. มีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ใช้งานในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และใช้งานในช่วงเวลา 00.01 – 06.00 น. มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาการใช้งาน

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
00.01 – 06.00 น.	14	2.8
06.01 – 12.00 น.	257	51.0
12.01 – 18.00 น.	199	39.5
18.01 – 24.00 น.	34	6.7
รวม	504	100.0

ตรายี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้งาน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อ NOKIA ใช้งานมากที่สุด มีจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 ใช้ยี่ห้อ MOTOROLLA มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ใช้ยี่ห้อ SIEMENS มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ยี่ห้อ ERICSSON มีผู้ใช้ 56 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ยี่ห้อ SAMSUNG มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และอื่น ๆ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 13)

สีสันของโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่จะใช้โทรศัพท์ที่สามารถเปลี่ยนสีหน้ากากได้ มีจำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาจะใช้โทรศัพท์ที่ไม่สามารถเปลี่ยนสีหน้ากากได้ มีจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตรายี่ห้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
NOKIA	244	48.4
MOTOROLA	96	19.0
SIEMENS	91	18.1
ERICSSON	56	11.1
SAMSUNG	10	2.0
OTHERS	7	1.4
รวม	504	100.0

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสีสันของโทรศัพท์เคลื่อนที่

สีสันของโทรศัพท์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนสีหน้ากากได้	314	62.3
เปลี่ยนสีหน้ากากไม่ได้	190	37.7
รวม	504	100.0

ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่จะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาอยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท มีจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 ราคาต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 ราคา 10,001 – 15,000 บาท มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ราคา 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 15)

สาเหตุที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เนื่องจากมีความสะดวกในการใช้งานในทุกพื้นที่ มีจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาเลือกใช้เพราะต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 สามารถติดต่อขณะขับรถ / อยู่บนยานพาหนะที่เคลื่อนที่ได้ มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 สาเหตุอื่น ๆ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่

ราคา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	178	35.3
5,000 – 10,000 บาท	260	51.6
10,001 – 15,000 บาท	53	10.5
15,001 บาทขึ้นไป	13	2.6
รวม	504	100.0

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

สาเหตุที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สะดวก	268	53.2
ประหยัดค่าใช้จ่าย	168	33.3
ใช้บนยานพาหนะได้	61	12.1
อื่น ๆ	7	1.4
รวม	504	100.0

ค่าบริการรายเดือน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่จะเสียค่าบริการรายเดือน 500 – 1,000 บาท มีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 39.9 เสียค่าบริการต่ำกว่า 500 บาท มีจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 เสียค่าบริการ 1,001 – 1,500 บาท มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 สุดท้ายเสียค่าบริการรายเดือน 1,501 บาทขึ้นไป มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 17)

วิธีการชำระค่าบริการ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการที่เคาน์เตอร์เซอร์วิส มีจำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 ชำระผ่านธนาคาร มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 ชำระโดยวิธีอื่น ๆ คือผู้อื่นชำระค่าบริการให้ มีจำนวน 9 คน คิดเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ 1.8 สู้ตท้ายชำระค่าบริการทางไปรษณีย์ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าบริการรายเดือน

ค่าบริการรายเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	187	37.1
500 – 1,000 บาท	201	39.9
1,001 – 1,500 บาท	79	15.7
1,501 บาทขึ้นไป	37	7.3
รวม	504	100.0

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการชำระค่าบริการ

วิธีการชำระค่าบริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคาน์เตอร์เซอร์วิส	334	66.3
ธนาคาร	154	30.6
ผู้อื่นชำระให้	9	1.8
ไปรษณีย์	7	1.4
รวม	504	100.0

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากในเรื่องรูปทรงของตัวเครื่อง หน้าที่การใช้งาน ราคามีการใช้งาน สถานที่จำหน่ายเครื่อง ฟังก์ชันของตัวเครื่อง คุณภาพการให้บริการ สถานที่ชำระเงิน พึงพอใจระดับปานกลางในเรื่องวิธีการชำระค่าบริการ บริการเสริมพิเศษ ขอบเขตการให้บริการ โทรเข้าออกง่าย การส่งเสริมการขาย คุณภาพของสัญญาฉบับ จำนวนศูนย์บริการ ค่าบริการรายเดือน การโทรต่อเนื่องนาน ๆ และราคาของเครื่องโทรศัพท์ตามลำดับ (ตารางที่ 19)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 19 ร้อยละของระดับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ (ร้อยละ)					รวม	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. รูปทรงของตัวเครื่อง	30.4	50.0	17.7	1.0	1.0	100.0	มาก
2. หน้าที่การทำงาน	6.5	55.2	35.7	2.0	0.6	100.0	มาก
3. รัศมีการใช้งาน	2.2	57.7	36.3	3.0	0.8	100.0	มาก
4. สถานที่จำหน่ายเครื่อง	10.9	47.8	32.7	5.0	3.6	100.0	มาก
5. ฟังก์ชันของตัวเครื่อง	9.9	43.7	41.7	3.2	1.6	100.0	มาก
6. คุณภาพการให้บริการ	11.3	31.2	48.4	6.5	2.6	100.0	มาก
7. สถานที่ชำระเงิน	10.7	25.8	58.9	3.4	1.2	100.0	มาก
8. วิธีการชำระค่าบริการ	4.4	31.3	54.0	8.7	1.6	100.0	ปานกลาง
9. บริการเสริมพิเศษ	1.0	28.0	67.5	3.0	0.6	100.0	ปานกลาง
10. ขอบเขตการให้บริการ	2.4	31.0	56.5	8.7	1.4	100.0	ปานกลาง
11. โทรเข้าออกง่าย	2.2	18.7	72.6	5.0	1.6	100.0	ปานกลาง
12. การส่งเสริมการขาย	3.2	21.6	57.9	12.5	4.8	100.0	ปานกลาง
13. คุณภาพของสัญญา	4.6	8.5	74.6	10.3	2.0	100.0	ปานกลาง
14. จำนวนศูนย์บริการ	4.4	22.8	47.4	22.6	2.8	100.0	ปานกลาง
15. ค่าบริการรายเดือน	4.6	24.8	32.9	30.4	7.3	100.0	ปานกลาง

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ (ร้อยละ)					รวม	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
16. โทรต่อเนื่องนาน ๆ	1.4	18.8	33.9	38.9	6.9	100.0	ปานกลาง
17. ราคาเครื่องโทรศัพท์	2.6	9.1	48.0	33.1	7.1	100.0	ปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรรมใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่มีปัญหา
มากในเรื่องของค่าโทรออกสูงเกินไป มีปัญหาปานกลางในเรื่องค่าบริการรายเดือนสูงเกินไป ราคา
ของตัวเครื่องสูงเกินไป ค่าเปิดเครื่องสูงเกินไป ตัวเครื่องคุณภาพไม่ดี มีปัญหาน้อยในเรื่อง
ศูนย์บริการมีน้อยเกินไป การส่งเสริมการขาย สัญญาณโทรศัพท์ไม่ชัด ไม่มีสัญญาณบางจุด
ศูนย์บริการอยู่ไกล โทรแล้วสายหลุดบ่อย โทรออกไม่ได้ การส่งข่าวสารไม่ทั่วถึง บริการเสริม
น้อยเกินไป มีแบบให้เลือกน้อย โทรยากเวลาฝนตกหรือมีสิ่งกีดขวาง พื้นที่ให้บริการแคบเกินไป เครื่อง
ไม่พอ ต้องจอง Function ใช้งานน้อย และใช้โทรบนรถไม่ได้ตามลำดับ (ตารางที่ 20)

ความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ด้านการบริการ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่มีความ
ต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องของพื้นที่การให้บริการ เช่น มีสัญญาณบริการในขอบเขตกว้างไกล
ช่องสัญญาณไม่เต็มโทรออกได้ตลอดเวลา ฯลฯ มีจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมา
ต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องของคุณภาพของสัญญาณโทรศัพท์ เช่น ความชัดเจน สายไม่หลุดบ่อย
โทรเข้าออกง่าย ฯลฯ มีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 ต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องของระบบ
การบริการเสริม เช่น ความหลากหลายของบริการเสริม การเชื่อมโยงกับระบบอินเทอร์เน็ต ฯลฯ
มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และอื่น ๆ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 21)

ตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่มีความ
ต้องการให้ปรับปรุงในด้านคุณภาพความทนทานของตัวเครื่อง เช่น ไม่เสถียรง่าย ทนต่อแรง
กระแทกกระเทือน ฯลฯ มีจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาต้องการให้ปรับปรุงในด้าน
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับตัวเครื่อง เช่น ราคาเครื่องควรถูกกว่านี้ ค่าซ่อมควรไม่แพง ฯลฯ มีจำนวน 156
คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ต้องการให้ปรับปรุงตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านความหลากหลาย
ของตัวเครื่อง เช่น รูปแบบ สี สัน หน้าที่การใช้งาน ทรายห้อย ฯลฯ มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ
25.8 ต้องการให้ปรับปรุงในด้านของความสะดวกในการซื้อหา เช่น จำนวนร้านที่จำหน่ายให้มาก
ขึ้น และหาซื้อได้ไม่ยาก ฯลฯ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็น
ร้อยละ 1.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 22)

การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 20 ร้อยละของปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัญหา	ระดับของปัญหา (ร้อยละ)					รวม	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ค่าโทรออกสูงเกินไป	14.3	42.3	36.5	4.4	2.6	100.0	มาก
2. ค่ารายเดือนสูงเกินไป	4.6	38.5	37.9	15.7	3.4	100.0	ปานกลาง
3. ราคาสูงเกินไป	6.5	7.9	50.4	30.0	5.2	100.0	ปานกลาง
4. ค่าเปิดเครื่องสูงเกินไป	3.4	34.3	11.7	21.6	22.0	100.0	ปานกลาง
5. ตัวเครื่องคุณภาพไม่ดี	4.4	3.2	57.1	29.6	5.8	100.0	ปานกลาง
6. ศูนย์บริการมีน้อยเกินไป	1.6	1.6	13.3	76.4	7.1	100.0	น้อย
7. การส่งเสริมการขาย	5.8	6.0	36.1	34.9	17.3	100.0	น้อย
8. สัญญาณโทรศัพท์ไม่ชัด	2.4	12.1	17.9	64.1	3.6	100.0	น้อย
9. ไม่มีสัญญาณบางจุด	3.4	4.6	29.6	51.6	10.9	100.0	น้อย
10. ศูนย์บริการอยู่ไกล	2.6	12.3	28.4	33.7	24.0	100.0	น้อย
11. โทรแล้วสายหลุดบ่อย ๆ	3.8	2.4	22.2	63.5	8.1	100.0	น้อย
12. โทรออกไม่ได้	1.4	2.0	35.1	48.2	13.3	100.0	น้อย
13. การส่งข่าวไม่ทั่วถึง	3.8	3.6	32.3	35.9	24.4	100.0	น้อย
14. บริการเสริมมีน้อยไป	6.7	10.5	34.7	27.0	21.0	100.0	น้อย
15. มีแบบให้เลือกน้อย	1.4	2.4	5.6	77.6	13.1	100.0	น้อย

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ปัญหา	ระดับของปัญหา (ร้อยละ)					รวม	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
16. ผนตค / กีดขวาง โทรยาก	0.8	1.2	28.4	34.5	35.1	100.0	น้อย
17. พื้นที่บริการแคบเกินไป	1.0	2.0	7.3	71.8	17.9	100.0	น้อย
18. เครื่องไม่พอ ต้องจอง	2.8	2.8	11.1	51.0	32.3	100.0	น้อย
19. Function ใช้งานน้อย	1.8	1.6	8.5	56.5	31.5	100.0	น้อย
20. ใช้โทรศัพท์บนรถไม่ได้	0.4	1.8	4.8	17.1	76.0	100.0	น้อยที่สุด

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านการบริการ

ความต้องการด้านบริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปรับปรุงพื้นที่การให้บริการ	266	52.8
ปรับปรุงคุณภาพของสัญญาณ	162	32.1
ปรับปรุงการบริการเสริม	73	14.5
อื่น ๆ	3	0.6
รวม	504	100.0

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านตัวเครื่องโทรศัพท์

ตัวเครื่องโทรศัพท์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คุณภาพความทนทาน	204	40.4
ราคาของตัวเครื่อง	156	31.0
ความหลากหลาย	130	25.8
ความสะดวกในการถือ	8	1.6
อื่น ๆ	6	1.2
รวม	504	100.0

อัตราค่าบริการ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่มีความต้องการให้ลดค่าใช้จ่ายบริการโทรออกไปยังที่ต่าง ๆ มีจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมา ต้องการให้ลดค่าธรรมเนียมรายเดือน มีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 ต้องการให้ลดค่าเปิดเลขหมาย 73 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ต้องการให้ลดค่าโทรออกต่างประเทศ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และอื่น ๆ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 23)

ศูนย์บริการ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่ต้องการให้ปรับปรุงในด้านจำนวนของศูนย์บริการ มีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 ต้องการให้ปรับปรุงด้านความสะดวกของที่ตั้งศูนย์บริการ มีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 ต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปรับปรุงด้านการติดต่อสอบถามปัญหาการให้บริการ มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 และอื่น ๆ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านค่าบริการ

ค่าบริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลดค่าโทรออกไปยังที่ต่าง ๆ	221	43.8
ลดค่าธรรมเนียมรายเดือน	193	38.3
ลดค่าเปิดใช้เลขหมาย	73	14.5
ลดค่าโทรออกต่างประเทศ	10	2.0
อื่น ๆ	7	1.4
รวม	504	100.0

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านศูนย์บริการ

ด้านศูนย์บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนของศูนย์บริการ	212	42.1
ความสะดวกของที่ตั้ง	185	36.7
การบริการติดต่อสอบถาม	102	20.2
อื่น ๆ	5	1.0
รวม	504	100.0

การส่งเสริมการจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่ต้องการให้ปรับปรุงในการจัดการรายการลดราคาตัวเครื่อง มีจำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาต้องการให้ปรับปรุงในการจัดงานส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ มีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ต้องการให้ปรับปรุงในการให้ลูกค้าเข้าชิงโชค มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 ต้องการให้ปรับปรุงในการส่งข่าวสารแฟนคลับถึงลูกค้า มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลดราคาตัวเครื่อง	261	51.8
ส่งเสริมการขายสมาชิก	189	37.5
ชิงโชค ชิงรางวัล	40	7.9
ส่งข่าวถึงแฟนคลับ	12	2.4
อื่น ๆ	2	0.4
รวม	504	100.0

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

จากสมมติฐานของการศึกษาได้กำหนดไว้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพสมรส ดังนั้นจึงนำปัจจัยเหล่านี้มาหาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมซึ่งประกอบไปด้วย ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ วัตถุประสงค์ที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ ยี่ห้อที่ใช้ สีสันทันที่ใช้ ราคาของเครื่องโทรศัพท์ที่ใช้ สาเหตุที่ใช้ ค่าบริการรายเดือน และวิธีชำระค่าบริการรายเดือน โดยใช้วิธีทางสถิติคือ Chi – Square ถ้าค่านัยสำคัญ (Significance) มีค่ามากกว่า 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน H_0 และ ปฏิเสธสมมติฐาน H_1 โดยจะมีมาตรฐานในการใช้สัญลักษณ์แสดงความสัมพันธ์ดังนี้ กรณีที่ค่านัยสำคัญมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.01 จะใช้สัญลักษณ์ * จำนวน 2 ดวงต่อท้ายตัวเลข ถ้าค่านัยสำคัญมีค่ามากกว่า 0.01 แต่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 จะใช้สัญลักษณ์ * จำนวน 1 ดวงต่อท้ายตัวเลข ซึ่งมีผลการทดสอบดังนี้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าระยะเวลาในการใช้งาน สีสันทันที่ใช้ ค่าบริการรายเดือน และวิธีการชำระค่าบริการรายเดือน ขึ้นอยู่กับเพศที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนยี่ห้อที่ใช้ขึ้นอยู่กับเพศที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 26)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 26 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐาน	χ^2	Df	Sig.
ระยะเวลาในการใช้	12.066	3	.007**
วัตถุประสงค์ในการใช้งาน	.452	1	.501
เวลาในการใช้งาน	6.334	3	.096
ยี่ห้อที่ใช้	14.347	5	.014*
สีส่นที่ใช้	7.189	1	.007**
ราคาของเครื่อง	5.825	3	.120
สาเหตุที่ใช้	7.086	3	.069
ค่าบริการรายเดือน	19.686	3	.000**
วิธีการชำระค่าบริการรายเดือน	18.144	3	.000**

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ วัตถุประสงค์ที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ ยี่ห้อที่ใช้ สีส่นที่ใช้ ราคาของเครื่องโทรศัพท์ที่ใช้ สาเหตุที่ใช้ และค่าบริการรายเดือน ขึ้นอยู่กับอายุที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนวิธีชำระค่าบริการขึ้นอยู่กับอายุที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐาน	χ^2	Df	Sig.
ระยะเวลาในการใช้	36.092	9	.000**
วัตถุประสงค์ในการใช้งาน	83.703	3	.000**
เวลาในการใช้งาน	49.710	9	.000**
ยี่ห้อที่ใช้	39.910	15	.000**
สีส่นที่ใช้	77.767	3	.000**
ราคาของเครื่อง	55.907	9	.000**
สาเหตุที่ใช้	66.884	9	.000**
ค่าบริการรายเดือน	43.154	9	.000**
วิธีการชำระค่าบริการรายเดือน	18.470	9	.030*

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ วัตถุประสงค์ที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ สีสันทันที่ใช้ ราคาของเครื่องโทรศัพท์ที่ใช้ สาเหตุที่ใช้ และค่าบริการรายเดือน ขึ้นอยู่กับระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนยี่ห้อและวิธีชำระค่าบริการขึ้นอยู่กับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐาน	χ^2	Df	Sig.
ระยะเวลาในการใช้	31.026	9	.000**
วัตถุประสงค์ในการใช้งาน	16.538	3	.001**
เวลาในการใช้งาน	37.719	9	.000**
ยี่ห้อที่ใช้	25.959	15	.038*
สีสันทันที่ใช้	87.113	3	.000**
ราคาของเครื่อง	53.234	9	.000**
สาเหตุที่ใช้	46.548	9	.000**
ค่าบริการรายเดือน	34.923	9	.000**
วิธีการชำระค่าบริการรายเดือน	18.811	9	.027*

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ วัตถุประสงค์ที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ ยี่ห้อที่ใช้ ราคาของเครื่องโทรศัพท์ที่ใช้ สาเหตุที่ใช้ และค่าบริการรายเดือน ขึ้นอยู่กับสถานภาพสมรสที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนสีสันทันและวิธีชำระค่าบริการสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 29)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ วัตถุประสงค์ที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ สีสันทันที่ใช้ ราคาของเครื่องโทรศัพท์ที่ใช้ สาเหตุที่ใช้ ค่าบริการรายเดือน และวิธีชำระค่าบริการรายเดือน ขึ้นอยู่กับอาชีพที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 29 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐาน	χ^2	Df	Sig.
ระยะเวลาในการใช้	81.411	9	.000**
วัตถุประสงค์ในการใช้งาน	31.484	3	.000**
เวลาในการใช้งาน	68.341	9	.000**
ยี่ห้อที่ใช้	35.606	15	.002**
สีสันทันที่ใช้	9.617	3	.022*
ราคาของเครื่อง	29.883	9	.000**
สาเหตุที่ใช้	28.557	9	.001**
ค่าบริการรายเดือน	33.253	9	.000**
วิธีการชำระค่าบริการรายเดือน	20.762	9	.014*

ตารางที่ 30 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐาน	χ^2	Df	Sig.
ระยะเวลาในการใช้	65.674	15	.000**
วัตถุประสงค์ในการใช้งาน	100.217	5	.000**
เวลาในการใช้งาน	43.848	15	.000**
ยี่ห้อที่ใช้	35.380	25	.082
สีสันทันที่ใช้	96.885	5	.000**
ราคาของเครื่อง	48.230	15	.000**
สาเหตุที่ใช้	45.608	15	.000**
ค่าบริการรายเดือน	74.461	15	.000**
วิธีการชำระค่าบริการรายเดือน	59.551	15	.000**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ วัตถุประสงค์ที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ ยี่ห้อที่ใช้ สีส่นที่ใช้ ราคาของเครื่องโทรศัพท์ที่ใช้ และค่าบริการรายเดือน ขึ้นอยู่กับรายได้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนสาเหตุที่ใช้ขึ้นอยู่กับรายได้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐาน	χ^2	Df	Sig.
ระยะเวลาในการใช้	68.041	15	.000**
วัตถุประสงค์ในการใช้งาน	68.203	5	.000**
เวลาในการใช้งาน	39.451	15	.001**
ยี่ห้อที่ใช้	84.073	25	.000**
สีส่นที่ใช้	90.667	5	.000**
ราคาของเครื่อง	55.286	15	.000**
สาเหตุที่ใช้	30.084	15	.012*
ค่าบริการรายเดือน	55.661	15	.000**
วิธีการชำระค่าบริการรายเดือน	20.461	15	.155

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

เมื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ และมีจำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนเรา ทำให้ความต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ในระดับสูงต่อไป ประกอบกับในปัจจุบันมีผู้ให้บริการโทรศัพท์เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันในการให้บริการมากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยในการเพิ่มความต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และคุณสมบัติของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น ความสะดวกในการพกพา การมีบริการเสริม สามารถนำมาใช้ได้ตลอดทุกเวลา ทุกสถานที่ แม้ระหว่างการเดินทาง ล้วนเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี อีกส่วนหนึ่งมาจากอำนาจในการซื้อที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค และกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและอัตราการเข้าถึง ดังนั้นการศึกษารุ่นนี้จึงมีความต้องการศึกษา ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC เพื่อนำมาใช้ให้ประโยชน์สำหรับหน่วยธุรกิจหรือผู้ที่สนใจ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนาและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจ และได้ประโยชน์สูงสุดจากการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ตามที่เขาต้องการ

จากการตรวจสอบเอกสารและศึกษาข้อมูลทุติยภูมิพบว่า กรอบแนวคิดที่สำคัญสำหรับนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษารุ่นนี้ ได้แก่ โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค โมเดลทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สำหรับส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการศึกษารุ่นนี้ คือ การใช้แบบสอบถามซึ่งเก็บข้อมูลภาคสนามในอาคารต่าง ๆ ที่มีการติดตั้งสถานีเครือข่ายระบบ DTAC ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 504 ตัวอย่าง โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลาเดือน ธันวาคม 2544 – มกราคม 2545 จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานหน่วยงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท

การศึกษากฎการการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ส่วนใหญ่ใช้งานมานานกว่า 4 – 8 เดือน ใช้ติดต่อเรื่องงาน ในช่วงเวลา 06.01 – 12.00 น. ยี่ห้อที่ใช้ได้แก่ NOKIA เป็นรุ่นที่สามารถเปลี่ยนสีหน้ากากได้ ราคาเครื่องโทรศัพท์ประมาณ 5,000 – 10,000 บาท สาเหตุที่เลือกใช้เนื่องจากมีความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สะดวกในการใช้ในทุกพื้นที่ เสียค่าบริการรายเดือน 500 – 10,000 บาท ชำระค่าบริการที่เคาน์เตอร์เซอร์วิส

การศึกษาด้านความพึงพอใจของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากในเรื่องรูปทรงของตัวเครื่อง หน้าที่การใช้งาน รัศมีการใช้งาน สถานที่จำหน่ายตัวเครื่องโทรศัพท์ ฟังก์ชันการใช้งานของตัวเครื่อง คุณภาพการให้บริการ และสถานที่ชำระเงิน พึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่องวิธีการชำระค่าบริการ บริการเสริมพิเศษ ขอบเขตการให้บริการ การโทรเข้าออกง่าย การส่งเสริมการขาย คุณภาพของสัญญาณ จำนวนศูนย์บริการ ค่าบริการรายเดือน การโทรต่อเนื่องนาน ๆ และราคาของตัวเครื่องโทรศัพท์ตามลำดับ

การศึกษาปัญหาของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC ส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องค่าโทรออกสูงเกินไป มีปัญหาปานกลางในเรื่องค่าบริการรายเดือนสูงเกินไป ราคาสูงเกินไป ค่าเปิดเครื่องสูงเกินไป และตัวเครื่องมีคุณภาพไม่ดี มีปัญหาน้อยในเรื่องศูนย์บริการน้อยเกินไป การส่งเสริมการขาย สัญญาณโทรศัพท์ไม่ชัด ไม่มีสัญญาณบางจุด ศูนย์บริการอยู่ไกล โทรแล้วสายหลุดบ่อย โทรออกไม่ได้ การส่งข่าวสารไม่ทั่วถึง บริการเสริมมีน้อยเกินไป มีแบบให้เลือกน้อย เวลาฝนตกหรือมีสิ่งกีดขวางจะโทรออกยาก พื้นที่ให้บริการแคบเกินไป เครื่องไม่พอต้องจอง และFunction การใช้งานมีน้อยเกินไป และมีปัญหาน้อยที่สุดในเรื่องใช้โทรศัพท์บนรถไม่ได้ตามลำดับ

การศึกษาคำความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านของการให้บริการส่วนใหญ่ต้องการให้ปรับปรุงในด้านพื้นที่การให้บริการให้ครอบคลุมมากขึ้น ในด้านความต้องการตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการให้ปรับปรุงคุณภาพของตัวเครื่องโทรศัพท์ให้มีความทนทาน และให้มีรูปทรงที่สวยงามมากยิ่งขึ้น ในด้านปัญหาของอัตราค่าบริการต้องการให้ปรับปรุงโดยการลดค่าโทรออกไปยังที่ต่าง ๆ ให้น้อยลง ในด้านของศูนย์บริการต้องการให้ปรับปรุงจำนวนศูนย์บริการให้มากขึ้น และ สุดท้ายในเรื่องของการส่งเสริมการขายจำเป็นต้องปรับปรุงโดยการลดราคาตัวเครื่องโทรศัพท์มือถือลง

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาถึงปัญหาที่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับมากคือ ปัญหาด้านค่าบริการโทรออกไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ยังสูงอยู่ บริษัทผู้ให้บริการควรจะลดค่าโทรลงให้เหมาะสมกว่านี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ส่วนปัญหาในเรื่องของความครอบคลุมของสัญญาณ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคนำมาใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้นผู้ให้บริการต้องเร่งทำการขยายเครือข่ายสัญญาณให้ครอบคลุมทั่วทุกจุดให้มากที่สุด เพื่อที่จะสามารถใช้เป็นจุดขายเหนือผู้ให้บริการรายอื่น ๆ ได้

3. เพื่อให้รักษารฐานของลูกค้ำเก่าไว้ได้ และเพื่อให้มีการเพิ่มลูกค้ำใหม่เข้ามานั้น ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญในด้านอัตราค่าบริการ ซึ่งควรจะให้บริการในราคาที่ถูกลง

4. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ เป็นผลจากการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ปี 2544 ดังนั้นจึงควรระมัดระวัง ถ้าจะนำผลจากการศึกษานี้ไปใช้กับพื้นที่ในจังหวัดอื่น ๆ ซึ่งอาจมีความแตกต่างในเรื่องเวลาที่ศึกษา ซึ่งมีผลกระทบต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมได้เช่นกัน

4.1 ข้อจำกัดสำคัญของการศึกษาค้างนี้คือ ขนาดของตัวอย่างที่ใช้ ควรใช้ประชากรจากฐานข้อมูลของลูกค้ำที่จดทะเบียนกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ มาเป็นตัวกำหนดจำนวนตัวอย่าง แต่เนื่องจากข้อมูลเหล่านั้นเป็นความลับของบริษัทผู้ให้บริการ ซึ่งไม่สามารถนำมาใช้ในการวิจัยค้างนี้ได้ อย่างไรก็ตามผลการศึกษาโดยรวมในค้างนี้ ได้กระทำอย่างมีระบบและขั้นตอนถูกต้องตามหลักวิชาการ ดังนั้นแนวทางการศึกษาในอนาคตจึงควรมีความระมัดระวังในเรื่องประชากรและขนาดของตัวอย่างดังกล่าว

4.2 การศึกษาต่อไปในอนาคตควรศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC เปรียบเทียบกับระบบอื่น ๆ เช่น AIS หรือ TAO เป็นต้น เพราะอาจทำให้ได้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่แตกต่างไปจากค้างนี้ ซึ่งอาจจะใช้ให้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

- คณาธิป ฉีรทีป. 2539. ปัจจัยกำหนดความต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค.
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชริณี เดชจินดา. 2530. ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการกำจัดกาก
อุตสาหกรรม แขวงสามเต่า เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพฯ. กรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประเสริฐ จริงโพธิ์. 2543. เรื่องนำรัฐโบายล์โทรคมนาคม. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์ เอช –
เอน การพิมพ์.
- พิน คงพล. 2529. ความพึงพอใจที่มีต่อบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
ประถมศึกษาจังหวัดใน 14 จังหวัดภาคใต้. สงขลา. วิทยานิพนธ์การศึกษา
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา.
- มนตรี เจียบแหลม. 2536. ความพึงพอใจในภาระหน้าที่และงานของเกษตรอำเภอในจังหวัด
ภาคเหนือ. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ยุวดี แสนกลาง. 2538. พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค.
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ลดาวัลย์ มหาลาภบุตร. 2543. พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร. การศึกษาอิสระปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- วิมลสิทธิ หรยางกูร. 2526. พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคค่ำ). มหาสารคาม. วิทยาลัยการศึกษามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการศึกษา. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุรียา หนายมี. 2544. สรุปรายชื่อสถานที่ติดตั้งอุปกรณ์ชุมสายของ DTAC. รายงานเสนอผู้จัดการโครงการ. 1 พฤศจิกายน 2544. กรุงเทพมหานคร. (อัดสำเนา).

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2540. โทรศัพท์เคลื่อนที่ : ปัญหาที่ต้องแก้ไขของโทรศัพท์เคลื่อนที่. กรุงเทพมหานคร. (อัดสำเนา).

ศิริวัฒน์ ศรีสุริยจันทร์. 2541. ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนิสิตปริญญาโทโครงการสพท.มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

DTAC. 2544. อัตราค่าบริการระบบ DTAC ในรูปแบบต่าง ๆ. กรุงเทพมหานคร. (อัดสำเนา)

Kotler, P. 2000. Marketing Management (10th ed.). New Jersey. Prentice Hall International, Inc.

Morse, N. C. 1958. Satisfaction in the White Collar Job. Michigan. University of Michigan.

Porter, L. W. and other. 1968. Managerial Attitudes and Performance. Homewood.III. Richard. Irwin, Inc.

Vroom, W. H. 1964. Working and Motivation. New York. John Wiley and Sons, Inc.

Wolman, T. E. 1973. Education and Organizational Leadership in Elementary School. New Jersey. Prentice – Hall.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 รายชื่ออาคารที่มีการขยายสถานีเครือข่ายระบบ DTAC

ลำดับที่	รายชื่ออาคาร
1	Ambassador Hotel
2	Bangkapi Complex
3	Bangkok Bank (Head Quarter)
4	Bangkok Business Center
5	Bangkok City Tower
6	Bangna Complex building
7	Berry Jucker Building
8	BIG C – Bangplee
9	BIG C – Changwattana
10	BIG C – Rama 2
11	BIG C – Rangsit
12	BIG C – Ratchadamri
13	BIG C – Rattanathibet
14	BIG C – Wongsawang
15	BIG C – Sapanmai
16	Bitec Bangna
17	Biyok Tower 1
18	Biyok Tower 2
19	Bo Bae Tower
20	Carrefour Bangyai
21	Carrefour Changwattana
22	Carrefour Petchkasem
23	Carrefour Rama 4
24	Carrefour Rangsit
25	Carrefour Rattanathibet
26	Carrefour Srinakarin

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับที่	รายชื่ออาคาร
27	Carrefour Sukhaphiban 3
28	Carrefour Bangkae
29	Carrefour Minburi
30	Carrefour Ramindra
31	Carrefour Ratchada
32	Center One Tower
33	Central Plaza Huamark
34	Chang Building
35	Chao Phaya Hospital
36	Chao Phaya Massage 2
37	Charn Isara Tower 1
38	Charn Isara Tower 2
39	Common Wealth
40	CP Tower
41	Evergreen Hotel
42	FBT Tower
43	Fortune Town
44	Grand Hotel
45	Home Product Center Rattanaibet
46	HSCB (U Chu Lieng Building)
47	JW Marriott Hotel
48	Kasemrat Hospital (Petchkasem)
49	Lake Ratchda
50	Le Meridian President Hotel
51	Lertsin Hospital
52	Lotus Bangkae

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับที่	รายชื่ออาคาร
53	Lotus Bangkhen
54	Lotus Fortune Town
55	Lotus Minburi
56	Lotus Rama 4
57	Lotus Rama 2
58	Lotus Ramindra
59	Lotus Srinakrin
60	Lotus Sukapiban 1
61	Lotus Sukhumvit 50
62	Lotus Changwattana
63	Lotus Prachachuen
64	Lotus Rama 3
65	Lotus Tiwanon
66	Major Cineplex Pinklao
67	Major Cineplex Sukhumvit
68	Makro Bangkapi
69	Makro Changwattana
70	Makro Jarunsanitwong
71	Makro Naratiwad Rajchanakarin
72	Makro Outer Ring Bangbon
73	Makro Rangsit
74	Makro Srinakarini
75	Merry King Wangburapa
76	Military Bank (Head Quarter)
77	Military Bank Ratchathevee
78	Nantawan Building

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับที่	รายชื่ออาคาร
79	Narai Hotel
80	N' Mark Department Store
81	Ocean Tower 1
82	Paolomemorial Hospital
83	Pata Pinklao
84	Penninsula Bangkok Hotel
85	Phayathai Hospital 1
86	Pleonjit Center Department Store
87	Pratumwan Princess Hotel
88	Robinson Bangrak
89	Robinson Fashion Island
90	Robinson Ratchada
91	Robinson Sukhumvit
92	Royal City Hotel Pinklao
93	Royal River Hotel
94	RS Tower Ratchada
95	ST Tower
96	Samittivet Srinakarin Hospital
97	Sathon City Building
98	Seacon Square
99	Seiyu Prachanivet 1
100	Seri Center
101	Shangari – La Hotel
102	Siam City Hotel
103	Silom Center
104	Silom Complex

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ลำดับที่	รายชื่ออาคาร
105	Silom Galleria
106	Sindhorn Building
107	Sirisatorm Building
108	SM Tower
109	Sogo Amarin
110	Srijulasap Building
111	The Pan Pacific Hotel
112	Thai CC Building
113	Thai Farmer Bank (Phaholyothin)
114	Thai Farmer Bank (Head Quarter)
115	Thansettakit Building
116	The Emerald Hotel
117	The Mall Ngamwongwan
118	The Mall Thapra
119	The Mall Bangkae
120	The Old Siam Plaza
121	Time Square Building
122	Tokyu
123	Tung Hua Seng Bangplad
124	U Cheu Leang Rama 4
125	Vipavadee Hospital
126	Zeer Rangsit

ที่มา : (สุริยา, 2544)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การให้บริการโทรฟรีตลอดปี ตลอดจนการลดค่าจดทะเบียนเลขหมาย เป็นต้น บัณฑิตต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้ลดน้อยลง บริษัทเอกชนทั้ง 2 รายจึงได้เริ่มนำระบบดิจิตอลมาใช้ในปี พ.ศ.2537 โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ผู้มีฐานะดี ระบบดิจิตอลนี้ให้คุณภาพเสียงที่คมชัดกว่าระบบอนาล็อกและมีความปลอดภัยจากการดักฟัง ธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่กำลังจะพัฒนาเข้าสู่ระบบดิจิตอล จึงคาดว่าจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอล จะยังอยู่ในเกณฑ์สูงเมื่อเทียบกับระบบอนาล็อกแบบเดิม โดยกลุ่มผู้ใช้ระบบดิจิตอลจะเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อสูง เนื่องจากราคาเครื่องที่สูงกว่าระบบอนาล็อกถึงร้อยละ 15 - 20 ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้ระบบอนาล็อก จะกระจายเข้าสู่ระดับกลางและล่างมากขึ้น เนื่องจากราคาเครื่องลดลงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามในระยะยาวธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตภูมิภาค คาดว่าจะอยู่ในระดับที่สูงกว่าในเขตนครหลวง คือ กรุงเทพฯและปริมณฑล ทั้งนี้เนื่องจากกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สืบเนื่องจากนโยบายการกระจายรายได้สู่เขตภูมิภาค และค่าบริการโทรศัพท์ทางไกลของโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งมีอัตราต่ำกว่าระบบอนาล็อก โดยกลุ่มผู้ใช้ระบบดิจิตอลจะเป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการซื้อสูง เนื่องจากราคาเครื่องที่สูงค่าโทรศัพท์ทางไกลของโทรศัพท์ภาคพื้นดิน สถานีเครือข่ายที่มีเขตพื้นที่ให้บริการครอบคลุมในวงกว้างจะได้เปรียบ หากคำนึงถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนผู้ใช้โทรศัพท์ในอนาคต

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยทั่วไป

การแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ตามรายได้ของกลุ่มลูกค้า สามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายเป็น 3 กลุ่มหลัก ๆ ดังนี้

1. ตลาดระดับบน (กลุ่ม A) คือ กลุ่มนักธุรกิจระดับบริหารและเจ้าของกิจการที่มีรายได้สูง ลักษณะสินค้าในกลุ่ม A จะเน้นที่การออกแบบผลิตภัณฑ์ เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะออกแบบอย่างหรูหรา เล็ก กะทัดรัด มีน้ำหนักเบา ใช้งานได้ง่ายและสะดวก มีระบบการทำงานในเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่มีหลากหลาย และมีความพิเศษที่แตกต่างจากเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นอื่น ๆ บัณฑิตด้านราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจ

2. ตลาดระดับกลาง (กลุ่ม B) คือ กลุ่มที่มีรายได้ปานกลางถึงระดับสูง โดยลักษณะเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่และคุณสมบัติพิเศษของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะมีความสอดคล้องกับราคาของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลาดกลุ่ม B นี้จะให้ความสำคัญในการเปรียบเทียบระหว่างยี่ห้อ (Brand) รุ่น (Model) เป็นอย่างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลขที่แบบสอบถาม

สถานที่เก็บข้อมูล

แบบสอบถามสำหรับวิชาการศึกษานิเทศศาสตร์

เรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร
กรณีศึกษา บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมตรงกับความต้องการ
หรือเติมข้อความให้สอดคล้องกับความเป็นจริงของท่าน

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. () ชาย

2. () หญิง

2. อายุ

1. () ต่ำกว่า 20 ปี

2. () 20 – 30 ปี

3. () 31 – 40 ปี

4. () 41 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

1. () ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

2. () ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า

3. () ปริญญาโทหรือเทียบเท่า

4. () สูงกว่าปริญญาโท

4. สถานภาพสมรส

1. () โสด

2. () แต่งงานแล้ว

3. () หย่า / แยกกันอยู่

4. () หม้าย

5. อาชีพ

1. () นักเรียน/นักศึกษา

2. () ข้าราชการ

3. () พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4. () พนักงานหน่วยงานเอกชน

5. () ค้าขาย/ งานอิสระ

6. () อื่น ๆ ระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------------|
| 1. () ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท | 2. () 5,001 – 10,000 บาท |
| 3. () 10,001 – 15,000 บาท | 4. () 15,001 บาท – 20,000 บาท |
| 5. () 20,001 – 25,000 บาท | 6. () มากกว่า 25,000 บาท |

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

1. ระยะเวลาที่ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

- | | |
|------------------------|----------------------------|
| 1. () ต่ำกว่า 4 เดือน | 2. () 4 เดือน – 8 เดือน |
| 3. () 9 เดือน - 1 ปี | 4. () มากกว่า 1 ปี ขึ้นไป |

2. ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อวัตถุประสงค์ใด มากที่สุด (ตอบเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|----------------------------|------------------------|
| 1. () ติดต่อเรื่องส่วนตัว | 2. () ติดต่อเรื่องงาน |
|----------------------------|------------------------|

3. ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงเวลาใดมากที่สุด (ตอบเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 1. () 00.01 – 06.00 น. | 2. () 06.01 – 12.00 น. |
| 3. () 12.01 – 18.00 น. | 4. () 18.01 – 24.00 น. |

4. ตรายี่ห้อของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ท่านใช้งานอยู่

- | | |
|-----------------|--------------------------|
| 1. () NOKIA | 2. () MOTOROLLA |
| 3. () ERICSSON | 4. () SIEMENS |
| 5. () SAMSUNG | 6. () อื่น ๆ ระบุ |

5. สีสนของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ท่านใช้งานอยู่ปัจจุบัน

- | | |
|----------------------------|-------------------------------|
| 1. () เปลี่ยนสีหน้ากากได้ | 2. () เปลี่ยนสีหน้ากากไม่ได้ |
|----------------------------|-------------------------------|

6. ราคาของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ท่านใช้งานอยู่ปัจจุบัน

- | | |
|----------------------------|---------------------------|
| 1. () ต่ำกว่า 5,000 บาท | 2. () 5,000 – 10,000 บาท |
| 3. () 10,001 – 15,000 บาท | 4. () 15,001 บาทขึ้นไป |

7. สาเหตุที่ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เปรียบเทียบกับโทรศัพท์บ้านหรือ PCT

- | | |
|--|--------------------------------|
| 1. () ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย | 2. () สะดวกในการใช้ทุกพื้นที่ |
| 3. () สามารถติดต่อขณะขับรถ/อยู่บนยานพาหนะที่เคลื่อนที่ได้ | |
| 4. () อื่นๆระบุ..... | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ค่าบริการรายเดือนที่ท่านเสียโดยเฉลี่ย

1. () ต่ำกว่า 500 บาท

2. () 500 – 1,000 บาท

3. () 1,001 – 1,500 บาท

4. () 1,501 บาทขึ้นไป

9. ท่านชำระค่าบริการรายเดือนโดยวิธีใด

1. () ชำระที่ธนาคาร

2. () ชำระที่เคาน์เตอร์เซอร์วิส

3. () ชำระทางไปรษณีย์

4. () อื่น ๆ ระบุ

ส่วนที่ 3 : ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ DTAC

ท่านมีความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านต่อไปนี้อย่างไร

5 - พพอใจในระดับมากที่สุด 4 - พพอใจในระดับมาก 3 - พพอใจในระดับปาน

กลาง

2 - พพอใจในระดับน้อย 1 - พพอใจในระดับน้อยที่สุด

ความพึงพอใจ	5	4	3	2	1
1. คุณภาพความชัดเจนของสัญญาณขณะโทรศัพท์					
2. รัศมีการใช้งาน					
3. ความหลากหลายของหน้าที่การใช้งาน					
4. การโทรเข้าออกง่าย					
5. การบริการเสริมพิเศษ					
6. โทรใช้งานต่อเนื่องกันเป็นระยะเวลานาน					
7. ฟังก์ชันการใช้งานของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่					
8. รูปทรงของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่					
9. ราคาค่าบริการรายเดือน					
10. วิธีการชำระค่าบริการ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพึงพอใจ	5	4	3	2	1
11. ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ตัวเครื่อง)					
12. จำนวนศูนย์บริการ					
13. คุณภาพการบริการของศูนย์บริการ					
14. ขอบเขตพื้นที่การให้บริการ					
15. สถานที่จำหน่ายตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่					
16. สถานที่ชำระเงินค่าบริการ					
17. การส่งเสริมการจำหน่าย					

ส่วนที่ 4 : ปัญหาของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัญหาที่ท่านพบในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านต่าง ๆ มีระดับความรุนแรงมากน้อยเพียงใด

5 - มีปัญหาในระดับมากที่สุด 4 - มีปัญหาในระดับมาก 3 - มีปัญหาในระดับปานกลาง

2 - มีปัญหาในระดับน้อย 1 - มีปัญหาในระดับน้อยที่สุด

ปัญหาของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	5	4	3	2	1
1. การบริการ					
1.1 โทรแล้วสายหลุดบ่อย ๆ					
1.2 สัญญาณโทรศัพท์ไม่ชัด					
1.3 ใช้โทรศัพท์ในขณะที่เคลื่อนที่ในยานพาหนะไม่ได้					
1.4 พื้นที่บางจุดไม่มีสัญญาณ (ขึ้น Out Range)					
1.5 พื้นที่ที่ให้บริการแคบเกินไป					
1.6 ช่องสัญญาณคับคั่งมากโทรออกไม่ได้ (ขึ้น Failure)					
1.7 เวลาฝนตก หรือมีสิ่งกีดขวาง การรับส่งทำได้ยาก					
1.8 การบริการเสริมมีน้อยเกินไป					
2. ตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่					
2.1 มีแบบรุ่นให้เลือกน้อย					
2.2 คุณภาพไม่ดี ไม่ทนทาน เสียง่าย					
2.3 ราคาสูงเกินไป					
2.4 มี Function การใช้งานน้อย					
2.5 จำนวนเครื่องไม่เพียงพอต้องจองล่วงหน้าไม่สามารถซื้อได้ทันที					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	5	4	3	2	1
3. อัตราค่าบริการ					
3.1 ค่าธรรมเนียมรายเดือนสูงเกินไป					
3.2 ค่าเปิดใช้เลขหมายสูงเกินไป					
3.3 ค่าบริการโทรออกสูงเกินไป					
4. ศูนย์บริการ					
4.1 ศูนย์บริการอยู่ไกล / ไม่สะดวก					
4.2 ศูนย์บริการมีน้อยเกินไป					
5. การส่งเสริมการจำหน่าย					
5.1 การแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารยังไม่ทั่วถึง					
5.2 การจัดรายการส่งเสริมการขายมีน้อยเกินไป					

ส่วนที่ 5 : ความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ท่านต้องการให้มีการปรับปรุงโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านต่าง ๆ อีกอย่างไร (เลือกคำตอบที่ต้องการมากที่สุดในแต่ละด้าน เพียงข้อเดียว)

1. ด้านการบริการ

1. () คุณภาพของสัญญาณโทรศัพท์ (ความชัดเจน , สายไม่หลุดบ่อย , โทรเข้าออกง่าย ฯลฯ)
2. () พื้นที่การให้บริการ (มีสัญญาณในขอบเขตกว้างไกล, ช่องสัญญาณไม่เต็มโทรออกได้ตลอดเวลา ฯลฯ)
3. () ระบบการบริการเสริม (ความหลากหลายของบริการเสริม, การเชื่อมโยงกับระบบอินเทอร์เน็ต ฯลฯ)
4. () อื่น ๆ (โปรดระบุ)

2. ด้านตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่

1. () ความหลากหลายของตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (รูปแบบ, สี, หน้าที่การใช้งาน, ทรายี่ห้อ ฯลฯ)
2. () คุณภาพความทนทานของตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ไม่เสื่อง่าย, ทนต่อแรงกระแทกกระเทือน ฯลฯ)
3. () ความสะดวกในการหาซื้อ (จำนวนร้านที่จำหน่ายมีมาก , หาซื้อได้ไม่ยาก ฯลฯ)
4. () ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ราคาเครื่องควรถูกกว่านี้ , ค่าซ่อมควรไม่แพง)
5. () อื่น ๆ (โปรดระบุ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ด้านอัตราค่าบริการ

- 1.() ลดค่าเปิดใช้เลขหมาย
- 2.() ลดค่าธรรมเนียมรายเดือน
- 3.() ลดค่าบริการโทรออกไปยังที่ต่าง ๆ
- 4.() ลดค่าบริการโทรทางไกลในประเทศ
- 5.() อื่น ๆ (โปรดระบุ)

4. ด้านศูนย์บริการ

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| 1.() จำนวนของศูนย์บริการ | 2.() ความสะดวกของที่ตั้งศูนย์บริการ |
| 3.() การติดต่อสอบถามปัญหาการบริการ | 4.() อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

5. ด้านการส่งเสริมการขาย

- | | |
|--|-------------------------------------|
| 1.() การจัดงานส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ | 2.() การส่งข่าวสารแฟนคลับถึงลูกค้า |
| 3.() การจัดรายการลดราคาตัวเครื่อง | 4.() การให้ลูกค้าเข้าร่วมชิงโชค |
| 5.() อื่น ๆ (โปรดระบุ) | |

ประวัติผู้ศึกษา

- ชื่อ-นามสกุล** นาย ชาญวิทย์ เรืองพงษ์สาร
- วันเดือนปีเกิด** 18 ธันวาคม 2516
- ประวัติการศึกษา** ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโทรคมนาคม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ประวัติการทำงาน** - 2540-2544 วิศวกร บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- 2544-2545 วิศวกรโครงการ บริษัท เอ็นดีซี เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด
- 2545-ปัจจุบัน ผู้ช่วยผู้จัดการโครงการ บริษัท หัวเว่ย เทคโนโลยี จำกัด

