

ชื่อภาคนิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานโซว์เบอร์
(TOT Caller ID) ของลูกค้า บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่
เขตโทรศัพท์นครหลวงที่ 4

ผู้วิจัย นางทิพวรรณ ทศนสุวรรณ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
อาจารย์ที่ปรึกษา 1 (1) ศ. ดร.เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฎ์ (2) รศ.ภายณา สรเพ็ชญ์พิสัย
(3) ผศ. ณัฐสุภา จิวศิวานนท์ ปีการศึกษา 2548 จำนวน 93 หน้า คำสำคัญ การตัดสินใจใช้
บริการโทรศัพท์พื้นฐานโซว์เบอร์

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานโซว์เบอร์ ในพื้นที่เขตโทรศัพท์นครหลวงที่ 4 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานโซว์เบอร์และเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานโซว์เบอร์ โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าที่ใช้โทรศัพท์พื้นฐาน ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ และทำการการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ และนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม ใช้ทดสอบค่าทีและค่าเอฟ ทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า (1) ลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ที่ตัดสินใจใช้โทรศัพท์พื้นฐานโซว์เบอร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้มากกว่า 30,000 บาท (2) ระดับการตัดสินใจของลูกค้าต่อการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานโซว์เบอร์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านลูกค้ามีระดับการตัดสินใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานโซว์เบอร์ ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านความสะดวกในการรับบริการ ด้านความสามารถของพนักงานในการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ในการให้บริการขององค์กร (3) การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจของลูกค้าต่อการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานโซว์เบอร์ กับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจของลูกค้าต่อการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานโซว์เบอร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจของลูกค้าต่อการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานโซว์เบอร์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้

- Term Paper Title** Factors Affecting Customers Decision on Choosing Fixed Line (TOT Caller ID) of TOT Public Company Limited in Area 4, Bangkok Metropolitan Administration.
- Researcher** Mrs. Tippavan Thassanasuwan. Master of Business Administration (Marketing) Dhonburi Rajaphat University. Term paper advisors : (1) Prof. Dr. Rawatra Chatrivisit (2) Assoc.Prof.Prasana Sorapetpisai (3) Asst.Prof.Natsupa Juwsivanon. Academic year : 2005. 93 pp. Keywords : factors affecting customers decision on choosing fixed line.

Abstract

The purpose of this study was to investigate the factors affecting the degree of making decision of customers to select TOT Caller ID Service. Questionnaires were collected from the customers who were using TOT Caller ID Service. Sample size was determined by using Taro Yamane method (Yamane, 1973) and the sampling technique of System Random Sampling was applied. Frequency, percentage, mean, and standard of deviation were calculated. One-way analysis of variance (ANOVA) was made and t-test and F-test were used to test the different means of two groups.

The results of the study show that the samples were mostly female with the ages of 26-35 years old. They were graduated and governmental offices and state enterprise officers. Their incomes were over 30,000 Baht. The degree of making decision of customers to select TOT Caller ID Service on the whole was high as setting hypothesis. The degrees of making decision of customers to select TOT Caller ID Service on four perspectives (marketing promotion, the facility of service, the ability of employees to service, and the image of TOT) also were high. The relationships of the degree of making decision of customers to select TOT Caller ID Service and personal factors were analyzed. The degrees of making decision of customers to select TOT Caller ID Service were significant difference among age, occupation, and income level at the five percent level. On the other hand, there was no significant difference between the degrees of making decision of customers to select TOT Caller ID Service and educational level at the five percent level.