

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz.
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ต่อส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 99,175 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ Krejcie และ Morgan ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

2. เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาดจำนวน 24 ข้อ

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz.

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. โดยการนำแบบสอบถามให้ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยผ่านทางพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และศูนย์บริการลูกค้า บริษัท ไทยโมบาย จำกัด ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามเดือนธันวาคม พ.ศ. 2548 ได้แบบสอบถามคืนมา 384 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. โดยใช้ร้อยละ
2. วิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ในด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. วิเคราะห์การตัดสินใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. โดยใช้ค่าร้อยละ
4. เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ระหว่างเพศชายและเพศหญิง โดยใช้ t -test และเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. จำแนกตาม อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (F -test)
5. เปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของความพึงพอใจแต่ละคู่ จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน โดยใช้ Tukey's HSD
6. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการบรรยายเป็นความเรียง

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.3 อายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 33.6 รองลงมา อายุ 41 - 50 ปี ร้อยละ 29.7 สถานภาพสมรส ร้อยละ 56.3 รองลงมา โสด ร้อยละ 35.4 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ร้อยละ 60.4 รองลงมา อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 15.9 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 44.3 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 32.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 30.7 รองลงมา 30,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 22.7

2. การตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz.

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. เพราะค่าบริการมีราคาถูก ร้อยละ 34.6 รองลงมา ทดแทนการคืนเงินประกัน ร้อยละ 30.5 ระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 1 ปี ร้อยละ 44.0 รองลงมา 6 – 12 เดือน ร้อยละ 26.3 ตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง ร้อยละ 50.3 รองลงมา เพื่อน ร้อยละ 22.1 บุคคลที่ติดต่อในการใช้บริการมากที่สุดคือเพื่อน ร้อยละ 47.5 รองลงมา ญาติ ร้อยละ 18.0 เวลาที่ใช้ต่อครั้ง น้อยกว่า 15 นาที ร้อยละ 59.6 รองลงมา 16 – 30 นาที ร้อยละ 31.5 ใช้บริการบริษัท AIS ร้อยละ 35.4 รองลงมา บริษัท DTAC ร้อยละ 24.7 ปัญหาคือ สัญญาณในการใช้บริการ ร้อยละ 41.4 รองลงมา จุดชำระเงิน ร้อยละ 18.0

3. ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ในด้านต่างๆ

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.59 - 2.86$) ทุกรายการ 5 อันดับแรก คือ

1. สัญญาณชัดเจนขณะสนทนา
2. มีทั้งแบบเติมเงินและแบบเหมาจ่ายรายเดือน
3. ครอบคลุมพื้นที่ในการบริการ
4. การติดต่อสื่อสาร เช่น โทรดิ่ง่าย
5. มีสัญญาณสำหรับโทรออกได้ทุกที่

ด้านราคา ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16 - 3.46$) ทุกรายการ คือ

1. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม
2. มีการกำหนดราคาตามช่วงเวลาการใช้
3. โบนัสเงินที่มีความละเอียดชัดเจน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.88$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.73 - 3.02$) ทุกรายการ คือ

1. มีความถูกต้องในการให้บริการ
2. ความสุภาพของพนักงานในการให้บริการ
3. มีความถูกต้องในการให้ข้อมูลลูกค้า

4. พนักงานให้บริการรวดเร็ว
5. มีพนักงานบริการอย่างพอเพียง

ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96 - 3.34$) ทุกรายการ คือ

1. การส่งเสริมการขายพิเศษ
2. มีราคาเหมาะสมให้เลือกหลายแบบ
3. การมีช่วงระยะเวลาในการให้โปรโมชั่นนาน
4. การมีบริการเสริมต่างๆ
5. มีการบริการข้อมูลต่างๆผ่านศูนย์บริการ 1777

4. การเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

4.1 เพศ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิง พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น ด้านส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีราคาเหมาะสมให้เลือกหลายแบบ
2. การมีบริการเสริม เช่น รับ – ส่งข้อความ (SMS)

4.2 อายุ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีดังนี้

4.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความทันสมัยของระบบ เช่น การประชุมพร้อมกัน 5 สาย

4.2.2 ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ใบแจ้งหนี้มีความละเอียดชัดเจน

4.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีศูนย์บริการลูกค้าจำนวนมาก และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีความสะดวกในการใช้บริการที่ศูนย์บริการ
2. มีความสะดวกในการเดินทางมาติดต่อศูนย์บริการ

4.2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 3 รายการ คือ

1. การมีบริการเสริมต่างๆ เช่น รับ-ส่งข้อความ
2. การส่งเสริมการขายพิเศษ
3. สามารถเปลี่ยนโปรโมชันใหม่ได้ในเวลารวดเร็ว

4.3. ด้านสถานภาพ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีดังนี้

4.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ การติดต่อสื่อสาร เช่น โทรคิดง่ายและแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีสัญญาณสำหรับโทรออกได้ทุกที่

4.3.2 ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ใบแจ้งหนี้มีความละเอียดชัดเจน

4.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.4 ระดับการศึกษา ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีดังนี้

4.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมและพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.4.2 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีศูนย์บริการลูกค้าจำนวนมาก และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. พนักงานให้บริการรวดเร็ว
2. มีความถูกต้องในการให้บริการ

4.4.3 ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้รับบริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีบริการข้อมูลต่างๆ ผ่านศูนย์บริการ

1777

4.5 อาชีพ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีดังนี้

4.5.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ สัญญาชดเชยเงินขณะสนทนา

4.5.2 ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม
2. ใบแจ้งหนี้มีความละเอียดชัดเจน

4.5.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 4 รายการ คือ

1. มีศูนย์บริการลูกค้าจำนวนมาก
2. มีพนักงานบริการอย่างพอเพียง
3. มีความถูกต้องในการให้บริการ
4. มีความถูกต้องในการให้ข้อมูลลูกค้า

4.5.4 ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 5 รายการ คือ

1. มีราคาเหมาะสมให้เลือกหลายราคา

2. การส่งเสริมการขายพิเศษ
3. ความทันสมัยทางเทคโนโลยีการให้บริการด้านการชำระเงิน
4. การมีช่วงระยะเวลาในการให้โปรโมชันนาน
5. สามารถเปลี่ยนโปรโมชันใหม่ได้ในเวลารวดเร็ว

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน

1 รายการ คือ การมีบริการเสริมต่างๆ เช่น รับ-ส่งข้อความ (SMS)

4.6 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีดังนี้

4.6.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ครอบคลุมพื้นที่ในการบริการ

4.6.2 ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการกำหนดราคาตามช่วงเวลาการใช้

4.6.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีศูนย์บริการลูกค้าจำนวนมาก และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานให้บริการรวดเร็ว

4.6.4 ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้รับบริการมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ สามารถเปลี่ยนโปรโมชันใหม่ได้ในเวลารวดเร็ว

5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

กลุ่มผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ที่ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ภายในศูนย์บริการควรมีการให้บริการอย่างครอบคลุม
2. พนักงานให้บริการควรมีความสุภาพและให้บริการอย่างเป็นกันเอง
3. ศูนย์ให้บริการควรให้ข้อมูลข่าวสารการให้บริการเพิ่มมากยิ่งขึ้น
4. ควรมีการส่งเสริมการขายที่จูงใจมากยิ่งขึ้น
5. ควรมีพัฒนาระบบการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางและมีความพึงพอใจระดับมากเรื่อง สัญญาณในการให้บริการ รองลงมา การครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ

ด้านราคา กลุ่มผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางและมีความพึงพอใจระดับมากเรื่อง อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม รองลงมา การกำหนดราคาตามช่วงเวลาการใช้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางและมีความพึงพอใจระดับมากเรื่อง ความถูกต้องในการให้บริการ รองลงมา ความสุภาพของพนักงานในการให้บริการ

ด้านส่งเสริมการตลาด กลุ่มผู้ให้บริการมีความพึงพอใจระดับปานกลางและมีความพึงพอใจเรื่อง การส่งเสริมการขายพิเศษ เช่น ซื้อเครื่องพร้อมเบอร์ได้ในราคา 107 บาท รองลงมา มีราคาเหมาะสมให้เลือกหลายแบบ

ผลการศึกษา พบว่า สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กฤษณา สุวิเศษโสภณ (2543) ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบ โครงสร้างตลาดพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงก่อนและหลังการให้สัมปทาน คือ ด้านราคาค่าบริการ ซึ่งมีราคาค่าบริการที่ถูกลงและสอดคล้องกับแนวคิดของ อคูล์ จาตุรงค์กุล (2543: 56) ที่กล่าวว่า ราคา (price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรือราคาเป็นต้นทุน (cost) ที่ลูกค้าจ่ายเงินไปเพื่อให้ได้รับสินค้าหรือบริการนั้นมา โดยที่จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) ผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น โดยมีขั้นตอนการวางแผนด้านราคา การแบ่งตลาดสำหรับตลาดที่เน้นราคา (price sensitive market) เป็นตลาดที่กลุ่มเป้าหมายไม่สนใจกับประเด็นอื่น ๆ เช่น บริการหรือประโยชน์ทางอ้อมแต่สนใจเรื่องราคาอาจจะเป็นเพราะว่าในเรื่องภาพพจน์ ชื่อเสียง บริการหรืออะไรก็ตามที่เป็นปัจจัยให้ราคาสินค้าสูงขึ้น ไม่มีความสำคัญในสายตาผู้บริโภค เพราะฉะนั้นในการที่บริษัทจะสร้างกลยุทธ์การตลาดสิ่งแรก คือ พยายามทำให้ต้นทุนสินค้าต่ำที่สุด ถ้าต้นทุนการผลิตต่ำก็สามารถใช้ นโยบายการตั้งราคาให้แตกต่างกัน (price discrimination) กับลูกค้า เพราะ

กลุ่มเป้าหมายที่สนใจด้านราคา บริษัทจำเป็นต้องมีราคาต่ำเพื่อการแข่งขัน (competitive price) หรือใช้ราคาในตลาดกำลังซื้อขาย (ongoing price)

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ด้านราคามีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศิริเพ็ญ อนันท์โท (2546) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ Orange ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านราคา ค่าบริการ ซึ่งมีราคาถูกกว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอื่นๆ ช่วงเวลาที่ใช้บริการและสอดคล้องกับแนวคิดของอคุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 : 56) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ทำการคัดเลือกตลาดเป้าหมาย การตั้งวัตถุประสงค์และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หรือเป็นกุญแจที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ และส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดความพึงพอใจสูงสุด และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐสินี กนกหิรัญ (2547) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้ศูนย์บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ทรูศึกษา บริษัท ซีเมนส์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการของศูนย์บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่และสอดคล้องกับแนวคิดของ คอตเลอร์ (2546 : 84) ที่กล่าวว่า คุณค่ารวมสำหรับลูกค้า (total customer value) เป็นผลรวมผลประโยชน์หรืออรรถประโยชน์ (utility) จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบริการหนึ่งคุณค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วยความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านบริการ ความแตกต่างด้านบุคลากร และความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ ความแตกต่างทั้ง 4 ด้านนี้ก่อให้เกิดคุณค่าผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ด้านเช่นกัน คือคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านบริการ คุณค่าด้านบุคลากร และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ ซึ่งคุณค่าทั้ง 4 ประการรวมเรียกว่าคุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า ดังนั้นสิ่งสำคัญที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จคือ การเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีผลประโยชน์ที่สอดคล้องกับการคาดหวังของผู้ซื้อ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจและวัดผลความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ จะเห็นว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ในระดับปานกลางในทุกๆ ด้าน และจากแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 11) ที่กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) เป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาดจะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จได้ ขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงและความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดนั้นถือว่าเป็นปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้และสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้

เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมเพื่อให้กิจการอยู่รอดได้ ดังนั้น ผู้ให้บริการควรจะต้องทำการปรับปรุงและเพิ่มเติมในด้านส่วนประสมทางการตลาดในทุก ๆ ด้าน โดยมีการจัดทำกลยุทธ์เพื่อวางแผนการเพิ่มยอดการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz.

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก และเครื่องโทรศัพท์ระบบ 1900 MHz. ยังมีจำหน่ายอยู่น้อยและมีราคาแพงกว่าระบบอื่นๆ จึงควรมีปรับลดราคาลงมา และจากผู้ใช้บริการโทรศัพท์ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัญหาเกิดจากการใช้ด้านสัญญาณในการใช้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการตลอดจนรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการและมีนวัตกรรมและรูปแบบการให้บริการใหม่ๆ เพื่อเป็นการจูงใจให้เกิดการใช้บริการมากยิ่งขึ้น ส่วนการเชื่อมโยงช่องสัญญาณมีการเชื่อมสัญญาณกับเครือข่ายของ AIS ทำให้มีเครือข่ายครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ควรมีการเพิ่มเครือข่ายสัญญาณในเขตต่างๆ ให้มากขึ้น เนื่องจากในเขตพื้นที่บริการบางพื้นที่ ยังไม่มีสัญญาณการให้บริการ
2. ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านค่าบริการมากที่สุด เนื่องจากค่าบริการมีราคาถูก ดังนั้นผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญทางด้านนี้ ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz.
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. มีความพึงพอใจในความสะดวกของพนักงานมากที่สุด และมีความต้องการในด้านของศูนย์บริการและความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด ควรมีการเพิ่มศูนย์บริการลูกค้าให้มากกว่าเดิมและควรจัดการด้านสถานที่ตั้งให้อยู่ในแหล่งที่มีการเดินทางสะดวก
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจในเรื่องการส่งเสริมการขายพิเศษมากที่สุดและต้องการให้มีการเปลี่ยนโปรโมชั่นในระยะเวลารวดเร็ว และมีความทันสมัยทางเทคโนโลยีมากที่สุด ผู้ใช้บริการพอใจในเรื่องของการให้โปรโมชั่น คือ มีการให้โปรโมชั่นในระยะเวลา 1 ปี หรือมากกว่า แต่การเปลี่ยนโปรโมชั่นจะใช้เวลานาน คือ หลังจากที่มีการขอเปลี่ยนโปรโมชั่นแล้วภายใน 1 เดือน ซึ่งสืบเนื่องมาจากเทคโนโลยีที่ใช้ยังไม่สมบูรณ์ จึงควรมีการปรับปรุงทางด้านเทคโนโลยีในด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มนวัตกรรมใหม่ๆ

จากการวิจัยเรื่องการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ทำให้ทราบถึง ปัญหา อุปสรรค และความต้องการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ของผู้ให้บริการซึ่งจะเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบ และระบบการให้บริการต่าง ๆ ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ศึกษาความสัมพันธ์ของการตัดสินใจในการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz. ต่อส่วนประสมทางการตลาด
2. ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz.
3. ศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 MHz.