

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้และความพึงพอใจต่อโครงการเสียงสนทนา ซึ่งเป็นบริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ พฤติกรรมแสวงหาสื่อโฆษณา และความพึงพอใจในการใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและได้หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธี Cronbach ได้ค่าเท่ากับ .97 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีส่วนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์มือถือเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 500 บาท

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ โครงการเสียงสานติบริการเสริมบน โทรศัพท์มือถือ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างมุสลิม ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสาร มากที่สุด ปัจจัยด้านสังคม กลุ่มตัวอย่างมุสลิมเลือกใช้เพราะเพื่อนหรือคนใกล้ชิดชี้แนะ และ ปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด คือกลุ่มตัวอย่างมุสลิมเลือกใช้ เพราะมีบริการให้ทดลองใช้ฟรี
3. การแสวงหาข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับโครงการเสียงสานติ บริการเสริมบน โทรศัพท์มือถือเพื่อการตัดสินใจใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างมุสลิมมีพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารสื่อโฆษณา จากสื่อเว็บไซต์สูงสุด และจากการโฆษณาโดยการออกบุงร รองลงมา
4. การใช้และความพึงพอใจ ต่อโครงการเสียงสานติบริการเสริมบน โทรศัพท์มือถือ ของมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างพอใจที่โครงการเสียงสานติ แสดงข้อมูลที่มีคุณภาพ มีความชัดเจน ภาพมีความคมชัด สูงสุด และมีราคาค่าบริการที่เหมาะสม ตามลำดับ ด้านการบริการของผู้ให้บริการเครือข่าย นั้นอยู่ที่ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเครือข่าย และการให้ข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วน ก่อนที่จะขอใช้บริการ
5. แนวโน้มการใช้บริการ โครงการเสียงสานติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 205 คน มีแนวโน้มที่จะใช้บริการ โครงการเสียงสานติ เพราะโครงการเสียงสานติ ได้ให้บริการข้อมูลที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์แก่มุสลิม เช่น มีเวลาละหมาด และมีข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยในสังคมมุสลิม ส่วนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 195 คน มีแนวโน้มที่จะไม่เลือกใช้ เนื่องจากไม่มีความจำเป็นที่จะใช้ และอ้างว่าข่าวสารที่ได้รับไกลตัวเกินไป
6. ข้อเสนอแนะที่กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม ได้แก่ เสนอให้มีรูปแบบใหม่ๆ มีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และควรเพิ่มช่องทางการโฆษณาให้มากขึ้น

The objective of this research was to study factors affecting the use and satisfaction of Muslim listeners to the Santi voice program on mobile phone in Bangkok, with regard to the aspects of service, seeking advertising behavior, and their satisfaction with the use of added services on mobile phones. The research tool was a questionnaire, with Cronbach's alpha coefficient reliability of 0.97. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, a *t* test, and one-way analysis of variance (ANOVA)

The findings are as follows:

1. The sample in this study consisted of more females than males, aged between 25-34 years old, holding a bachelor degree or equivalent, owning a business, income 10,001-20,000 bath per month, and average phone bill less than 500 baht per month.

2. Factors affecting uses and satisfaction of the listeners were individual, social, and marketing. With respect to the individual factor, Muslim listeners aimed to receive information in the highest level. With regard to the social factor, they chose the program that their friends and family suggested. And regarding the marketing factor, most of them chose the free trial program.

3. With regard to their seeking advertising behavior on Santi voice program and its added services on mobile phones, it was found that Muslim listeners received information mostly from websites and booth exhibitions, in that order.

4. With regard to use of and satisfaction with Santi voice program on mobile phone, the Muslim listeners were satisfied with the quality of the text, which was clear and sharp, at the highest level, and their satisfaction with the price of the service was at a lower level. With regard to the network service provided, the listeners were concerned about the reliability of the network provider and the information received.

5. The 205 respondents tended to use Santi voice program because it provided interesting and useful information. For example, the program presented the worship of the Allah's kindness period and other updated information for the Muslim society. However, 195 subjects said they would not use the program because they thought it was not necessary and the information presented was not really related to their lives.

6. The respondents suggested presenting the program with new and updated information and there should be more advertising channels as well.