

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษา (1) ลักษณะประชากรของผู้ใช้บริการ (2) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการ (3) ความคิดเห็นต่อราคา คุณภาพ และการให้บริการของ True Move, True Online และ True Vision โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ให้บริการ True Move, True Online และ True Vision ของ บมจ. ทูคอร์ดปอเรชั่น ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลสถิติพรรณนาโดยแสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรทางเดียว (one-way ANOVA analysis) และการวิเคราะห์รายคู่ด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณ (multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบของเชฟเฟ้ (Scheffé's method)

สรุปผลวิจัยได้ดังนี้

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่อาศัยบ้านของตนเอง และผู้ที่อาศัยในอพาร์ทเมนต์/คอนโด มีความพอใจมากกว่าผู้ที่พักในบ้านเช่า และหอพัก ผู้ให้บริการมีความพอใจในการเปิดรับสื่อต่างกัน กล่าวคือผู้ให้บริการที่ใช้ True Online โดยเฉลี่ยต่อครั้งนานมากกว่า 5 ชม./ครั้ง พอใจมากกว่าผู้ให้บริการ โดยเฉลี่ยต่อครั้งนานไม่ถึง 1 ชม./ครั้ง ผู้ให้บริการที่ชมรายการจาก True Vision โดยเฉลี่ยต่อครั้งนานมากกว่า 5 ชม./ครั้ง พอใจมากกว่าผู้ให้บริการที่ชมโดยเฉลี่ยต่อครั้งนานไม่ถึง 1 ชม./ครั้ง ผู้ให้บริการที่ชมรายการ True Vision ร่วมกับคนรัก พอใจมากกว่าผู้ให้บริการที่เลือกชมรายการร่วมกับญาติ พี่น้อง ผู้ให้บริการที่เลือกชมรายการประเภทสารคดีพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่เลือกชมรายการประเภทข่าวสาร

ผู้ให้บริการไม่พอใจกับการคิดค่าบริการ True Move ที่แตกต่างกันระหว่างโทรภายในเครือข่ายและนอกเครือข่าย แต่เห็นว่าการไม่คิดค่าบริการรายเดือน True Vision แพล็กเกจ (FREE VIEW) เมื่อใช้ True Move รายเดือน 300 บาท มีประโยชน์ต่อผู้ให้บริการมากที่สุด และเห็นว่า True Move ไม่มีคุณภาพและราคาถูก True Online และ True Vision มีคุณภาพสูงและราคาสูง

ผู้ให้บริการเลือกใช้ True Move เพราะจะได้สิทธิประโยชน์มากขึ้นเมื่อใช้ร่วมกับบริการอื่น และต้องการให้ปรับปรุงคุณภาพของสัญญาณมากที่สุด ผู้ให้บริการเลือกใช้ True Online เพราะเป็นพื้นที่ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงตามบ้านได้ และต้องการให้ปรับปรุงความเร็วของอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ผู้ให้บริการเลือกใช้บริการ True Vision เพราะไม่เสียค่าบริการในแพ็คเกจ (FREE VIEW) เมื่อใช้ True Move รายเดือน 300 บาท และต้องการให้ปรับปรุงราคาในแต่ละแพ็คเกจมากที่สุด

ผู้ให้บริการไม่เห็นด้วยกับการคิดค่าบริการของ call center และต้องการให้ศูนย์บริการปรับปรุงความรวดเร็วและจำนวนพนักงานที่ให้บริการให้มากขึ้น และต้องการให้มี ID ประจำตัวสามารถเช็คข้อมูลการใช้บริการของตนเองผ่านเว็บไซต์ได้มากที่สุดรวมถึงต้องการให้มีการรวมทุกบริการผ่าน call center หมายเลขเดียวจะพอใจมากที่สุด

This thesis delineates the (1) the demographical characteristics of selected users of telecommunication services. In addition, considered are (2) the exposure behaviors exhibited by these users in respect to the telecommunication services they receive. Finally, investigated are (3) the opinions of these users toward price, quality, and services provided by three telecommunication companies: True Move Company Limited, True Internet Company Limited, and True Visions Cable Public Company Limited. The instrument of research was a questionnaire used to collect data from 400 users of the said services of True Corporation Public Company Limited in Bangkok Metropolis.

The data were analyzed using techniques of descriptive statistics, viz., percentage, mean and standard deviation. Techniques of inferential statistics used in hypothesis testing were one-way analysis of variance (ANOVA), multiple comparison and Scheffé's method.

Findings are as follows:

Most of the users investigated reside in private accommodations. Those who resided in apartments or condominiums evinced greater levels of satisfaction than those who resided in rented houses or hostels.

Users were differentially satisfied with exposures to the telecommunications media providing services to them. Users of True Internet who were on average online more than five hours per single sitting evinced greater levels of satisfaction than those who were on average online less than an hour per single sitting.

Users who viewed programs telecommunicated by True Vision on average more than five hours per single session exhibited greater levels of satisfaction than those who on average engaged in viewing programs less than one hour per session. Those who viewed the offerings of True Vision with their paramours, inamoratas, inamoratos, partners, or spouses displayed greater levels of satisfaction than those who viewed these offerings with siblings or other relatives. Furthermore those who viewed documentary programs manifested greater levels of satisfaction than those who viewed news programs.

Users who projected dissatisfaction with the service fees of the True Move—since there were different fees for intra-network calls and inter-network calls—nonetheless saw that the True Vision package (Free Vision) at 300 baht monthly was of greatest benefit to them qua users in comparisons to others.

They were also of the opinion that even though True Move services were inexpensive, they were concomitantly of low quality. On the other hand, they believed that even though True Internet and True Vision were expensive, they yet provided high quality services.

In using the services of True Move, users were convinced that they thereby received more benefits than they would have had they used other services. However, they most needed better signal quality.

Users used True Internet because the areas this company covered allowed them to have high speed Internet connections at home. As for improvements, they were most desirous of having increased Internet connection speeds.

Users used True Vision because of the Free View package in which—as was seen above—they were able to use services for 300 baht monthly. Nevertheless, they wanted package price levels reduced.

Users are dissatisfied with service fees at call centers. They would like quicker service and a large number of employees to provide services. They were most desirous of having an identification card (ID) to use in checking their own service information through a website. They also needed to have a single number to be used at the call center they could use for all services to which they subscribed. Such a development would satisfy them at a higher level than any other improvement or new service.