

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ 2) ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ 3) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ 5) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ การวิจัยครั้งนี้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 395 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม เพื่อหาค่าความถี่, ค่าร้อยละ, t-test, F-test, และค่าไค-สแคว์ ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะแบบหยอดเหรียญ ใช้บริการต่ำกว่า 3 นาที/ครั้ง เหตุผลที่ใช้ คือ มีวิธีการใช้ง่าย/สะดวก ใช้บริการที่ศูนย์การค้า ผู้มีส่วนตัดสินใจใช้บริการคือเพื่อน ใช้บริการช่วงเวลา 12.01-18.00 น.

2. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะแบบหยอดเหรียญด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร ซึ่งมีผลต่อระดับความพึงพอใจปานกลาง

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะแบบหยอดเหรียญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ระยะเวลาในการใช้บริการ เหตุผลที่ใช้บริการ และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะแบบหยอดเหรียญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมลักษณะการใช้บริการ ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมระยะเวลาในการใช้บริการ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเหตุผลที่ใช้บริการ ส่วนระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมช่วงเวลาในการใช้บริการ

This study aimed to 1) examine the behavior of users of coin-operated payphones; 2) investigate the users' levels of satisfaction towards coin-operated payphone service; 3) compare the users' levels of satisfaction towards coin-operated payphone service in relation to their personal factors; 4) compare the users' levels of satisfaction towards coin-operated payphone service in relation to their behavior of using the service; and 5) determine the relationship between the users' personal factors and their behavior of using the coin-operated payphone service provided by TOT Corporation Public Company Limited, Phranakhon Si Ayutthaya Province. The sample group consisted of 395 payphone users. The research tool was a questionnaire. Data analysis was performed in terms of frequency, percentage, t-test, F-test, and the Chi-square test. The findings were as follows:

1. The users used payphones less than 3 minutes per call. The reasons for using the service were the ease of use and convenience. The users primarily used payphones at shopping malls. Their decision to use the service was influenced by their friends. They used payphones between 12:01-18:00 hours.

2. The users' levels of satisfaction towards coin-operated payphone service in terms of product, pricing, marketing promotion, distribution channel, and personnel were found at a moderate level.

3. Difference in the users' average monthly income and place of birth related to difference in their levels of satisfaction towards coin-operated payphone service with significance level of 0.05.

4. Difference in the users' period of using the payphone service, reasons for using the service, and persons influencing their decision to use the service related to difference in their levels of satisfaction towards coin-operated payphone service with significance level of 0.05.

5. The relationship between the users' average monthly income and how they used the service was found. While the users' age, educational background, occupation, average monthly income, and place of birth related to their period of using the payphone service. Their average monthly income and place of birth were also found related to their reasons for using the service. Moreover, the users' educational background and average monthly income related to those influencing their decision to use the service. Finally, their place of birth related to the time that the service was used.