

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่” ในครั้งนี้ ได้นำโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler (2000) มาดัดแปลงเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ การตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS และ ส่วนประสมทางการตลาด โดยหาความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าวว่ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างไร

ผลการวิจัยครั้งนี้เพื่อเป็นการ ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้งานบริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่วิธีการศึกษาเป็นการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้งานของผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผู้ศึกษาได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาประมวลผลแล้วดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยการทดสอบสมมติฐาน
- ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 4 การทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS และ การทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระบบที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่ายของระบบโทรศัพท์ โดยการใช้โปรแกรม SPSS for Window ด้วยวิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ ผลการวิเคราะห์แสดงในตาราง 4.1

ตารางที่ 4.1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มตัวอย่าง

(N=400)		
ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน 400 (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	153	38.2
- หญิง	247	61.8
2. อายุ		
- ต่ำกว่า 20	24	6.0
- 20-24 ปี	168	42.0
- 25-29 ปี	138	34.5
- 30-34 ปี	61	15.2
- 35-39 ปี	7	1.7
- 40-44 ปี	1	.3
- 45 ปี	1	.3
3. สถานภาพสมรส		
- โสด	361	90.3
- สมรส	39	9.7
4. ระดับการศึกษา		
- มัธยมศึกษา/ปวช.	26	6.5
- อนุปริญญา/ปวส.	14	3.5
-ปริญญาตรี	319	79.8
-ปริญญาโท	41	10.2

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มตัวอย่าง

(N=400)

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน 400 (คน)	ร้อยละ
5. อาชีพ		
- นักเรียน/นักศึกษา	163	40.8
- ข้าราชการ/พนักงานในองค์กรราชการ	19	4.7
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	5.0
- ธุรกิจส่วนตัว	20	5.0
- พนักงานบริษัทเอกชน	172	43.0
- อื่นๆ	6	1.5
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
- ต่ำกว่า10,000บาท	146	36.5
- 10,001-20,000บาท	187	46.8
- 20,001-30,000บาท	41	10.2
- สูงกว่า30,001บาท	26	6.5
7. ระบบที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่		
- เหม่าจ่าย	126	31.5
- บัตรเติมเงิน	274	68.5
8. เครือข่ายที่ใช้		
- เอไอเอส (AIS)	143	35.8
- ดีแทค (Dtac)	119	29.7
- ทรูมูฟ (True move)	138	34.5
9. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS		
- ตนเอง	280	70.0
- บุคคลในครอบครัว	27	6.8
- เพื่อน	80	20.0
- อื่น ๆ	13	3.2
10. การใช้บริการเสริม GPRS		
- เคยใช้	230	57.5
- ไม่เคยใช้	170	42.5

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มตัวอย่าง

(N=400)

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน 400 (คน)	ร้อยละ
11. เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่รองรับการใช้งาน GPRS		
- รองรับ	310	77.5
- ไม่รองรับ	50	12.5
- ไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ	40	10.0
12. การตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS		
- ใช้	294	73.0
- ไม่ใช้	106	27.0

ที่มา : จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามตามภาคผนวก

จากตารางที่ 4.1 พบว่าลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20-24 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ระบบที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่เป็นระบบบัตรเติมเงิน โดยเครือข่ายที่ใช้คือ เอไอเอส (AIS) ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS คือตนเอง ส่วนใหญ่เคยใช้งานบริการเสริม GPRS และโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้งานส่วนใหญ่รองรับการใช้งาน GPRS การตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS พบว่าตัดสินใจใช้บริการ 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73 ตัดสินใจไม่ใช้ 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27

4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยการทดสอบสมมติฐาน

ในส่วนนี้ เป็นการแสดงถึงลักษณะของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เพื่อทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS ผู้วิจัยจึงใช้สถิติไคสแควร์ ในการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐาน 1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ ตามตารางที่ 4.2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ทิศทาง	งานวิจัยในอดีต	ผลการศึกษา			เหตุผล
			Chi-Square	ความแตกต่าง (Sig.)	แปลผล	
1. เพศต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน	เพศชายมีแนวโน้มในการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS มากกว่าเพศหญิง	- เพศชายมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความบันเทิงประเภทเสียงบนโทรศัพท์มือถือมากกว่าเพศหญิง - เพศไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเสริม	1.079	0.299	ไม่แตกต่าง	GPRS ใช้เพื่อความบันเทิง และความสะดวกในการเชื่อมต่อ Internet จึงใช้งานได้กับทุกเพศ
2. อายุต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน	อายุน้อยมีแนวโน้มจะตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS มากกว่าอายุมาก	- อายุ ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความบันเทิงประเภทเสียงบนโทรศัพท์มือถือแตกต่าง - อายุมีอิทธิพลต่อการใช้บริการเสริม	15.772	0.015*	แตกต่าง	กลุ่มอายุน้อย สนใจใช้งานเนื่องจากเป็นกิจกรรมความบันเทิง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ทิศทาง	งานวิจัยในอดีต	ผลการศึกษา			เหตุผล
			Chi-Square	ความแตกต่าง (Sig.)	แปลผล	
3. สถานภาพสมรสต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน	คนโสดจะตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS มากกว่าคนที่สมรสแล้ว	ปัจจัยใหม่	4.681	0.030*	แตกต่าง	สถานภาพโสด มีความสัมพันธ์กับกลุ่มที่อายุน้อยจึงสนใจใช้เพื่อความบันเทิง
4. ระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน	ระดับการศึกษาสูงจะตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS มากกว่า	- ระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความบันเทิงประเภทเสียงบนโทรศัพท์มือถือแตกต่าง - ระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม	1.079	0.50	ไม่แตกต่าง	รูปแบบการใช้งานง่ายไม่ต้องใช้ทักษะพิเศษจึงทำให้ระดับการศึกษาไม่มีผล

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ทิศทาง	งานวิจัยในอดีต	ผลการศึกษา			เหตุผล
			Chi-Square	ความแตกต่าง (Sig.)	แปลผล	
5. อาชีพต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน	อาชีพนักเรียนจะตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS มากกว่า	ปัจจัยใหม่	2.067	0.840	ไม่แตกต่าง	บริการมีความหลากหลายทั้งเพื่อความบันเทิง หรือการทำงาน จึงใช้กับทุกกลุ่ม
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงจะตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS มากกว่า รายได้น้อย	- รายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความบันเทิงประเภทเสียงบนโทรศัพท์มือถือไม่แตกต่าง - รายได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม	2.270	0.518	ไม่แตกต่าง	ค่าใช้บริการไม่แพง จึงทำให้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ แม้รายได้จะต่างกัน

ที่มา : จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามตามภาคผนวก

หมายเหตุ : * คือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 (ผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถดูเพิ่มเติมได้ที่ภาคผนวก)

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.1 : เพศต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เพศต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากบริการเสริม GPRS เป็นบริการเสริมที่ใช้เพื่อเป็นช่องทางในการเชื่อมต่อ Internet และเพื่อความบันเทิงในดาวนโหลดข้อมูล ไม่ได้จำเพาะเจาะจงเรื่องเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว พฤติกรรมการใช้งานดังกล่าวเป็นบริการเสริมที่ใช้งานได้ทั้งเพศชายและเพศหญิง

ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในอดีตของรุ่งเรือง เสนีย์ศรีสกุล (2547) ที่พบว่า เพศ ไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในขณะที่การศึกษาของเกศกนก อิศระชัยพิสิฐ (2549) พบว่า เพศชายมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความบันเทิงประเภทเสียงบนโทรศัพท์มือถือมากกว่าเพศหญิง

สมมติฐานที่ 1.2 : อายุต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อายุต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งบริการเสริม GPRS เป็นบริการที่ใช้เพื่อความบันเทิงในการดาวนโหลดข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเกมส์ เพลง รูปภาพ และอำนวยความสะดวกในการทำงาน ซึ่งบริการเหล่านี้เป็นบริการที่กลุ่มวัยรุ่น หรือวัยทำงานตอนต้นถึงตอนกลางยังให้ความสนใจอยู่ เนื่องจากเป็นกิจกรรมบันเทิงและเพื่อความทันสมัย ดังจะเห็นได้จากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยให้ความสนใจในการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS มากกว่าที่มีอายุมาก

สอดคล้องกับผลการศึกษาในอดีตของรุ่งเรือง เสนีย์ศรีสกุล (2547) ที่พบว่า อายุ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการศึกษาของของเกศกนก อิศระชัยพิสิฐ (2549) พบว่า อายุต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความบันเทิงประเภทเสียงบนโทรศัพท์มือถือแตกต่าง เช่นเดียวกัน

สมมติฐานที่ 1.3 : สถานภาพสมรสต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่าง กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สถานภาพสมรสต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาจากตารางในภาคผนวก กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีแนวโน้มในการใช้งาน

บริการเสริม GPRS มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับอายุ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย จะมีสถานภาพโสด และมีแนวโน้มที่จะใช้งานบริการเสริม GPRS มากกว่ากลุ่มที่มีอายุมากและสถานภาพสมรส

การศึกษาถึงปัจจัยนี้ ถือเป็นปัจจัยใหม่ที่ทำการศึกษา เนื่องจากยังไม่มีการศึกษาในอดีตที่ศึกษาถึงสถานภาพสมรสที่อิทธิพลต่อการใช้บริการเสริม

สมมติฐานที่ 1.4 : ระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการใช้งานบริการเสริม GPRS นอกเหนือจากการใช้งานเพื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต หรือเป็นเครื่องมือในการทำงานแล้ว ยังใช้งานในเรื่องของการดาวน์โหลดคอนเทนต์ เช่น เพลง ภาพ เกมส์ ซึ่งบริการเหล่านี้มีขั้นตอนการใช้งานค่อนข้างง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อนมากนัก สามารถเข้าถึงผู้ใช้งานได้หลากหลาย ทุกระดับ ดังนั้นในระดับการศึกษาที่ต่างกันจึงไม่เป็นผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS ของกลุ่มตัวอย่าง และสอดคล้องกับผลการศึกษาในอดีตของรุ่งเรือง เสนีย์ศรีสกุล (2547) ที่พบว่า ระดับการศึกษา ไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่

ส่วนการศึกษาของ เกศกนก อิศระชัยพิสิฐ (2549) พบว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความบันเทิงประเภทเสียงบนโทรศัพท์มือถือแตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.5 : อาชีพต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาชีพต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากลักษณะบริการมีความหลากหลายในการใช้งาน แต่ละกลุ่มอาชีพจึงสามารถเลือกใช้บริการได้ตามวัตถุประสงค์หรือความต้องการ เช่น ความบันเทิง คลายเครียด หรือใช้ทำงาน

การศึกษาถึงปัจจัยด้านอาชีพ ถือเป็นปัจจัยใหม่ที่ทำการศึกษา เนื่องจากยังไม่มีการศึกษาในอดีตที่ศึกษาถึงสถานภาพสมรสที่อิทธิพลต่อการใช้บริการเสริม

สมมติฐานที่ 1.6 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากบริการ GPRS จัดเป็นบริการเสริมรูปแบบหนึ่ง แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูงก็ไม่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการ GPRS มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อย แต่การตัดสินใจใช้บริการขึ้นอยู่กับรสนิยม ความสนใจ และรูปแบบการดำเนินชีวิต อีกทั้งค่าใช้บริการไม่แพง จึงทำให้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ GPRS แม้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจะต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาในอดีตของเกศกนก อิศระชัยพิสิฐ (2549) ที่พบว่า รายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความบันเทิงประเภทเสียงบนโทรศัพท์มือถือไม่แตกต่าง

ในขณะที่รุ่งเรือง เสนีย์ศรีสกุล (2547) พบว่า รายได้ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่

4.3 พฤติกรรมการใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนนี้เป็นการผลการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเสริม GPRS จำนวน 230 คน สามารถแปลผลการวิเคราะห์ได้ดังตารางที่ 4.3 ดังนี้

ตารางที่ 4.3

พฤติกรรมการใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 230)

พฤติกรรมการใช้บริการ	จำนวน 230 (คน)	ร้อยละ
1. ปริมาณการใช้งานบริการเสริม GPRS เฉลี่ยต่อเดือน		
- น้อยกว่า10ครั้ง	166	72.2
- 10-20ครั้ง	50	21.7
- 21-30ครั้ง	7	3.0
- 31-40ครั้ง	4	1.7
- มากกว่า40ครั้ง	3	1.3

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 230)

พฤติกรรมการใช้บริการ	จำนวน 230 (คน)	ร้อยละ
2. ช่วงเวลาที่ใช้บริการเสริม GPRS		
- 06.01-12.00น.	14	6.0
- 12.01-18.00น.	65	28.3
- 18.01-24.00น.	134	58.3
- 00.01-06.00น.	17	7.4
3. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเสริม GPRS เฉลี่ยต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 300 บาท	204	88.7
- 300-600 บาท	20	8.7
- 601-900 บาท	4	1.7
- 901 บาทขึ้นไป	2	.9

ที่มา : จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามตามภาคผนวก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเสริม GPRS จำนวน 230 คน มีปริมาณการใช้งานบริการเสริม GPRS เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10 ครั้ง ช่วงเวลาที่ใช้บริการเสริม GPRS คือ 18.01-24.00 น. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเสริม GPRS เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 300 บาท

ตารางที่ 4.4

พฤติกรรมการใช้บริการเสริม GPRS ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

(n=230)

พฤติกรรมหลังการใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
ระดับความพอใจต่อการใช้บริการเสริม GPRS	3.00	0.78	ปานกลาง

ที่มา : จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามตามภาคผนวก

จากตารางที่ 4.4 การศึกษาถึงพฤติกรรมหลังการให้บริการสามารถวัดได้จากระดับความพอใจต่อการให้บริการเสริม GPRS ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเสริม GPRS จำนวน 230 คน พบว่า มีระดับความพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

4.4 การทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS และ การทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยการใช้กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS จำนวน 294 คน โดยเลือกปัจจัยด้านอาชีพมาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งหากพิจารณาเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มตลาดตามลักษณะประชากรศาสตร์แล้วพบว่าปัจจัยด้านอาชีพเป็นเกณฑ์ที่ดีในการใช้แบ่งกลุ่มเพราะสามารถแยกความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง 294 คนได้และยังแสดงถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอื่นๆ ได้ด้วย เช่น การแบ่งกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จะบอกถึงกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเป็นโสด อายุน้อย รายได้เฉลี่ยน้อย หากพิจารณาจากผลการทดสอบในข้อ 4.2 พบว่าปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านอายุและสถานภาพสมรสมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญซึ่งปัจจัยด้านอายุและสถานภาพสมรสมีอยู่ในการแบ่งกลุ่มตามอาชีพเช่นกัน ดังนั้นการใช้เกณฑ์ทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพในการแบ่งกลุ่มตัวอย่างจึงมีความเหมาะสมกับการทดสอบ โดยทดสอบด้วยการพิจารณา t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ทำให้ทราบถึงการแบ่งส่วนตลาดของกลุ่มเป้าหมายที่มีการรับรู้ และการให้ความสำคัญในปัจจัยที่แตกต่างกัน นับว่าเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการนำไปใช้วางแผนทางการตลาดต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 4.5

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มคนทำงาน

(n=294)

	นักเรียน/นักศึกษา		กลุ่มคนทำงาน	
	จำนวน 117 (คน)	ร้อยละ	จำนวน 177 (คน)	ร้อยละ
1. เพศ				
- ชาย	51	43.6	57	32.2
- หญิง	66	56.4	120	67.8
2. อายุ				
- ต่ำกว่า 20	15	12.8	1	.6
- 20-24 ปี	82	70.1	35	19.8
- 25-29 ปี	20	17.1	81	45.8
- 30-34 ปี	0	.0	31	17.5
- 35-39 ปี	0	.0	8	4.5
- 40-44 ปี	0	.0	6	3.4
- 45 ปี	0	.0	15	8.5
3. สถานภาพสมรส				
- โสด	117	100	154	87.0
- สมรส	0	.0	23	13.0
4. ระดับการศึกษา				
- มัธยมศึกษา/ปวช.	13	11.1	6	3.4
- อนุปริญญา/ปวส.	4	3.4	4	2.3
- ปริญญาตรี	98	83.8	137	77.4
- ปริญญาโท	2	1.7	30	16.9
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	90	76.9	23	13.0
- 10,000-20,000 บาท	25	21.3	107	60.5
- 20,001-30,000 บาท	1	.9	28	15.8
- สูงกว่า 30,001 บาท	1	.9	19	10.7

ที่มา : จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามตามภาคผนวก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-24ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนกลุ่มคนทำงาน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-29 ปี สถานภาพโสดร้อยละ 87 สมรสแล้วร้อยละ 13 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท

4.4.1 การทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS

ในส่วนต่อไปนี้จะเป็นการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS โดยใช้ค่า t-test ในการทดสอบ ตามสมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐาน : อาชีพต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS ต่างกัน

ตารางที่ 4.6

สรุปการทดสอบอาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS ต่างกัน

ปัจจัย/ตัวแปร	นักเรียน/ นักศึกษา	กลุ่ม คนทำงาน	Sig.
	\bar{X}	\bar{X}	
(n=294)			
ด้านการรับรู้ปัญหา			
1. เพื่อความสะดวกในการเชื่อมต่อ Internet	3.9744	4.0113	.712
2. สามารถใช้บริการได้ง่าย	3.9658	3.7514	.010*
3. เป็นเครื่องมือในการดาวน์โหลดข้อมูลต่างๆ เช่นรูปภาพ เสียงเพลง เกมส์	3.9573	3.8136	.219
4. ความทันสมัย	3.5641	3.2994	.010*
5. เพื่อช่วยเป็นเครื่องมือในการทำงาน	3.4017	3.3898	.921
6. อัตราค่าบริการไม่แพงเกินไป	3.1026	3.2260	.297
ด้านแหล่งข้อมูล			
1. อินเทอร์เน็ต	3.5299	3.4576	.522
2. วิทยุ/โทรทัศน์	3.4444	3.0339	.000*
3. แผ่นพับ/สื่อโฆษณา	3.3761	3.2729	.979
4. เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า	3.1111	3.1469	.779

ตารางที่ 4.6(ต่อ)
 สรุปการทดสอบอาชีวะที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ
 เลือกใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน

ปัจจัย/ตัวแปร	นักเรียน/ นักศึกษา	กลุ่ม คนทำงาน	Sig.
	\bar{X}	\bar{X}	
ด้านการประเมินผลทางเลือก			
1. ความหลากหลายในการใช้บริการ	4.0342	3.9605	.366
2. เทคโนโลยีและความทันสมัย	3.9573	3.8701	.312
3. ระดับราคาค่าบริการ	3.9316	3.9774	.662
4. มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย	3.7521	3.8588	.316

ที่มา : จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามตามภาคผนวก

หมายเหตุ : * คือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS ด้านการรับรู้ปัญหา พบว่านักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับความสำคัญกับความสะดวกในการเชื่อมต่อ Internet มากเป็นลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.9744 สำหรับกลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเชื่อมต่อ Internet มากเป็นลำดับที่ 1 เช่นเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 4.0113 แต่หากพิจารณาความแตกต่างระหว่างกลุ่มถึงปัจจัยต่างๆ ในการรับรู้ปัญหา พบว่ากลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับการที่สามารถใช้บริการได้ง่ายและความทันสมัยมากกว่ากลุ่มคนทำงาน ส่วนปัจจัยเพื่อความสะดวกในการเชื่อมต่อ Internet , เป็นเครื่องมือในการดาวน์โหลดข้อมูลต่างๆ เช่น รูปภาพ เสียงเพลง เกมส์, เพื่อช่วยเป็นเครื่องมือในการทำงาน และอัตราค่าบริการไม่แพงเกินไป ไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มนักเรียน/นักศึกษากับกลุ่มคนทำงาน

ด้านแหล่งข้อมูล พบว่านักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.5299 และกลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต มากที่สุดเช่นกัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4576 สำหรับความแตกต่างระหว่างอาชีวะที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจด้านแหล่งข้อมูล พบว่า นักเรียน/นักศึกษา ได้รับแหล่งข้อมูลจากวิทยุโทรทัศน์มากกว่าคนทำงาน ส่วนแหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต, แผ่นพับ/

สื่อโฆษณา และเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าไม่มีความแตกต่างระหว่างนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มคนทำงาน

ด้านการประเมินผลทางเลือก พบว่า นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับเรื่องความหลากหลายในการใช้บริการ มากเป็นที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.0342 สำหรับคนทำงานให้ความสำคัญกับระดับราคาค่าบริการมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.9774 หากพิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างกลุ่มอาชีพในการประเมินผลทางเลือก ถึงปัจจัยต่างๆ เช่น ความหลากหลายในการใช้บริการ, เทคโนโลยีและความทันสมัย, ระดับราคาค่าบริการ และมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

4.4.2 การทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ส่วนต่อไปนี้จะเป็นการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพ ที่มีผลต่อการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน โดยใช้ค่า t-test ในการทดสอบ ตามสมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐาน : อาชีพต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7

สรุปการทดสอบสมมติฐานของอาชีพ มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แตกต่างกัน

(n=294)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	นักเรียน/ นักศึกษา	กลุ่ม คนทำงาน	Sig.
	\bar{X}	\bar{X}	
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. บริการเสริม GPRS มีความทันสมัย	3.9829	3.7458	.004*
2. บริการเสริม GPRS มีความหลากหลายในการใช้งาน	3.9829	3.8757	.163
3. ขั้นตอนการใช้บริการง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.6923	3.7458	.587
4. อัตราความเร็วในการใช้งาน	3.5641	3.8475	.013*
ด้านราคา			
1. ไม่มีเงื่อนไขด้านราคาผูกมัดในการใช้งาน	3.4359	3.6554	.057
2. การคิดค่าบริการมีความถูกต้อง ง่ายในการตรวจสอบ	3.2991	3.5424	.050
3. อัตราค่าบริการ GPRS มีความเหมาะสม	3.2393	3.5763	.004*
4. ชี้แจงรายละเอียดค่าบริการอย่างชัดเจน	3.2222	3.5085	.014*

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

สรุปการทดสอบสมมติฐานของอาชีพ มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แตกต่างกัน

(n=294)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	นักเรียน/ นักศึกษา	กลุ่ม คนทำงาน	Sig.
	\bar{X}	\bar{X}	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. สอบถามรายละเอียดได้สะดวกผ่านศูนย์บริการ Call Center	3.8889	3.8701	.849
2. เครือข่ายรองรับการใช้งานได้ทั่วประเทศ	3.8376	3.8757	.696
3. ตั้งค่าและสมัครใช้บริการผ่าน Internet	3.6752	3.7062	.764
4. มีสำนักงานบริการลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวก	3.5812	3.6949	.261
ด้านรายการส่งเสริมการขาย			
1. มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ	3.504	3.514	.922
2. มีการจัดรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	3.4872	3.6045	.228
3. มีการลดค่าบริการโปรโมชั่นตามช่วงเวลา	3.3675	3.5480	.107
4. มีกิจกรรมพิเศษให้ลูกค้าได้เข้าร่วม	3.3077	3.2542	.645

ที่มา : จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามตามภาคผนวก

หมายเหตุ : * คือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 การทดสอบความแตกต่างของอาชีพ ที่มีผลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญกับเรื่องบริการเสริม GPRS มีความทันสมัย และมีความหลากหลายในการใช้งาน มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.9829 สำหรับคนทำงานให้ความสำคัญกับเรื่องบริการเสริม GPRS มีความหลากหลายในการใช้งานมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.8757 หากพิจารณาจากด้านความแตกต่าง พบว่านักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญเรื่องบริการเสริม GPRS มีความทันสมัยมากกว่าคนทำงาน แต่กลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญกับเรื่องอัตราความเร็วในการใช้งานมากกว่านักเรียน/นักศึกษา ส่วนปัจจัยเรื่องบริการเสริม GPRS มีความหลากหลายในการใช้งาน และขั้นตอนการให้บริการง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อนไม่มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กับคนทำงาน

ปัจจัยส่วนส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา พบว่า นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับการไม่มีเงื่อนไขผูกมัดด้านราคาผูกมัดในการใช้งาน มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4359 ส่วนคนทำงานให้ความสำคัญกับการไม่มีเงื่อนไขผูกมัดด้านราคาผูกมัดในการใช้งานมากที่สุด

เช่นกัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.6554 สำหรับความแตกต่างระหว่างอาชีพ พบว่า กลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญกับเรื่องอัตราค่าใช้บริการ GPRS มีความเหมาะสม และมีการชี้แจงรายละเอียดค่าใช้บริการอย่างชัดเจนมากกว่านักเรียน/นักศึกษา ส่วนปัจจัยเรื่องไม่มีเงื่อนไขด้านราคาผูกมัดในการใช้งาน และการคิดค่าบริการมีความถูกต้อง ง่ายในการตรวจสอบ ไม่มีความแตกต่างระหว่างอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญกับการสอบถามรายละเอียดได้สะดวกผ่านศูนย์บริการ Call Center มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.8889 ส่วนคนทำงานให้ความสำคัญกับเรื่องเครือข่ายรองรับการใช้งานได้ทั่วประเทศ มากที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.8757 สำหรับความแตกต่างระหว่างอาชีพที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจำหน่ายทุกปัจจัย พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มคนทำงาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านรายการส่งเสริมการขาย พบว่า นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญกับเรื่องมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.504 ส่วนคนทำงานให้ความสำคัญกับเรื่องการจัดรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.6045 การพิจารณาความแตกต่างระหว่างอาชีพที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านรายการส่งเสริมการขายทุกปัจจัย พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มคนทำงาน

การประยุกต์ใช้ทางการตลาด

ผลการทดสอบความแตกต่างของอาชีพ กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS และการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทำให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างว่ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการและการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด การศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษาที่เกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในส่วนใดของตลาด มีประโยชน์ต่อการเลือกตลาดเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ ไปนำสู่การพัฒนาส่วนประสมการตลาดให้เหมาะสมกับแต่ละตลาดเป้าหมายที่กำหนดไว้ จากการแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยแบ่งตามอาชีพเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และคนทำงาน การที่จะใช้กลยุทธ์ทางการตลาด จะพิจารณาได้ดังนี้

กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา เป็นกลุ่มที่ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-24 ปี เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสดทั้งหมด ระดับการศึกษาปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ต่ำกว่า

10,000 บาท ใช้งาน GPRS เพื่อความสะดวกในการเชื่อมต่อ Internet แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญใช้ในการตัดสินใจใช้บริการ และการประเมินผลทางเลือกให้ความสำคัญกับความหลากหลายในการใช้บริการมากที่สุด กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย คือ

ด้านผลิตภัณฑ์

นักเรียน/นักศึกษา ยังเป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นมีอายุระหว่าง 20-24 ปี สถานภาพโสด ยังไม่มีภาระในเรื่องของหน้าที่การงานหรือความรับผิดชอบมากนัก กิจกรรมหรือความสนใจจึงเน้นไปที่ความบันเทิง ความสนุก ผ่อนคลาย นอกจากนี้ยังต้องการการยอมรับจากสังคมหรือในกลุ่มเพื่อน การใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์จึงควรเน้นถึงประโยชน์ความหลากหลายในการใช้งาน และความทันสมัยของเทคโนโลยี สามารถใช้งานได้ง่าย เพราะนอกจากจะสร้างความน่าสนใจ ความบันเทิง ความสนุกสนานแล้ว ยังเป็นกิจกรรมที่สร้างความสำคัญ การยอมรับ การเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มในวัยรุ่นได้

ด้านราคา

แม้ว่านักเรียน/นักศึกษา จะมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท แต่ทั้งนี้ เนื่องจากยังไม่สามารถหารายได้ได้เอง จึงอาจยังไม่คำนึงถึงความคุ้มค่าด้านราคาเมื่อเทียบกับการใช้บริการ ประกอบกับการใช้บริการเสริม GPRS มีค่าบริการที่ไม่สูงเกินไปเมื่อเทียบกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มนักเรียน/นักศึกษาจึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับความถูกต้องในการคิดค่าบริการ หรือความเหมาะสมของราคามากนัก ดังนั้นกลยุทธ์ที่ใช้ควรเน้นไปที่ความโปร่งใสของการที่ไม่มีเงื่อนไขด้านราคาผูกมัดในการใช้งาน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจใช้บริการ กลยุทธ์ที่ใช้ควรเน้นที่การสื่อสารทางการตลาดผ่านเว็บไซต์ของผู้ให้บริการไม่ว่าจะเป็นโปรโมชั่น การตั้งค่าการใช้งาน ตัวอย่างรูปภาพ, บริการที่จะใช้ และอีกรูปแบบหนึ่งของช่องทางการจัดจำหน่ายบริการเสริม GPRS ที่จะทำให้การเลือกใช้งานมีประสิทธิภาพ สะดวกรวดเร็ว ประหยัดต้นทุนทั้งในด้านของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ก็คือ การใช้บริการอัตโนมัติที่ผู้ให้บริการสามารถจะเลือกใช้บริการเองได้ ผ่านช่องทางของการโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ (IVR) หรือการสอบถามรายละเอียดได้สะดวกผ่านศูนย์บริการ Call Center

ด้านรายการส่งเสริมการขาย

จากผลการศึกษา นักเรียน/นักศึกษาให้ความสนใจกับสื่อวิทยุ/โทรทัศน์มาก การใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับรายการส่งเสริมการขายต่างๆ จึงควรเน้นไปที่สื่อวิทยุ/โทรทัศน์

ในช่วงเวลา 18.00-24.00 น. เนื่องจากเป็นช่วงเวลาหลังเลิกเรียนก็จะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย นอกจากนี้นักเรียน/นักศึกษายังเป็นวัยรุ่นที่มีกิจกรรมหลากหลาย ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เนื่องจากจะสามารถเข้าถึงได้หลายช่องทาง

กลุ่มคนทำงาน เป็นกลุ่มที่ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-29 ปี เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 87 สมรสแล้วร้อยละ 13 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท ใช้งาน GPRS เพื่อความสะดวกในการเชื่อมต่อ Internet แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญใช้ในการตัดสินใจใช้บริการ และให้ความสำคัญกับระดับราคาค่าใช้บริการในการประเมินผลทางเลือกมากที่สุด กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย คือ

ด้านผลิตภัณฑ์

กลุ่มคนทำงาน มีอายุระหว่าง 25-29 ปี ซึ่งถือเป็นวัยที่เริ่มเข้าสู่การเป็นผู้ใหญ่ เริ่มมีประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตทำให้มีวิสัยทัศน์และใช้เหตุผลในการตัดสินใจได้ดี สาเหตุที่คนทำงานใช้งาน GPRS เพื่อความสะดวกในการเชื่อมต่อ Internet มากกว่าใช้ในการทำงาน เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ของคนทำงานที่มีเวลาน้อยและไม่ได้อยู่บ้านหรือในสถานที่ที่มีสายโมเด็มเชื่อมต่อ Internet การใช้งาน GPRS ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อช่วยเชื่อมต่อ Internet จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สร้างความสะดวกในการใช้งานไม่ว่าจะเป็นการรับส่งอีเมลล์ เช็คข้อมูลข่าวสารหรือความบันเทิงต่าง ๆ ซึ่งถือว่าการใช้เวลาที่มีอย่างจำกัดได้เป็นประโยชน์และเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียดอีกด้วย

ส่วนการใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการทำงานสำหรับกลุ่มคนทำงานที่ยังมีระดับความสำคัญไม่มากนัก อาจจะเป็นเนื่องจากในประเทศไทยยังไม่มีการประยุกต์ใช้งานหรือการพัฒนาเทคโนโลยีของ GPRS ให้เข้ากับการใช้งานในชีวิตประจำวัน เช่น การทำงาน ได้มากพอ อีกทั้งการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ให้บริการส่วนใหญ่มุ่งเน้นการใช้งานไปด้านกิจกรรมบันเทิงมากกว่า ทำให้การพัฒนาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการทำงานและการกระตุ้นให้เกิดใช้งานในด้านนี้น้อย ดังนั้นการใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์จึงควรเน้นถึงประโยชน์ความหลากหลายในการใช้งาน และให้ความสำคัญในเรื่องอัตราความเร็วในการใช้งาน เนื่องจากคนทำงานมีเวลาน้อยหากการใช้งานเชื่อมต่อ GPRS ใช้เวลานานก็ย่อมจะทำให้สูญเสียเวลาในด้านอื่นๆ ได้ นอกจากนี้หากใช้เวลาเชื่อมต่อนานย่อมจะมีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นตามมาอีกด้วย

ด้านราคา

กลยุทธ์ด้านราคาที่ใช้ควรเน้นไปที่ความโปร่งใสของการที่ไม่มีเงื่อนไขด้านราคาผูกมัดในการใช้งาน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่คนทำงานให้ความสำคัญมากที่สุด และปัจจัยด้านราคาค่าใช้บริการก็เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการประเมินผลทางเลือกของกลุ่มคนทำงาน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เพราะกลุ่มคนทำงานสามารถหารายได้ได้เอง จึงคำนึงถึงความคุ้มค่าและประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการโดยจะพิจารณาจากถึงความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ GPRS การกำหนดราคาจึงต้องกำหนดให้เหมาะสมและใกล้เคียงกับคู่แข่งในตลาด แต่ถ้าผู้ให้บริการต้องการเลี่ยงการเปรียบเทียบราคา ควรจะนำเสนอรูปแบบการให้บริการที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน จึงจะสามารถกำหนดอัตราค่าบริการให้ต่างไปจากตลาดได้ และหากต้องการกระตุ้นการใช้งานให้มากขึ้นผู้ให้บริการอาจใช้กลยุทธ์ด้านราคาที่ถูกลงในช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการ GPRS ใช้งานจำนวนมาก เช่น ในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับความถูกต้องในการคิดค่าบริการและง่ายในการตรวจสอบแล้วจะทำให้เกิดความมั่นใจและความเชื่อมั่นในบริการอีกด้วย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มคนทำงาน กลยุทธ์ที่ใช้ควรเน้นที่การสื่อสารทางการตลาดผ่านเว็บไซต์ของผู้ให้บริการไม่ว่าจะเป็นไปโรมชั่น การตั้งค่าการใช้งาน และการใช้งานควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเครือข่ายให้รองรับการใช้งานได้ทั่วประเทศ และคุณภาพสัญญาณในการเชื่อมต่อบริการเสริม GPRS ด้วย ถึงแม้การใช้งาน GPRS จะสามารถใช้งานได้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ แต่หากคุณภาพสัญญาณไม่ดีเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบยาก หลุดบ่อย ย่อมจะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความไม่สะดวกและเลิกใช้บริการในอนาคตได้

ด้านรายการส่งเสริมการขาย

เนื่องจากกลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญในการจัดรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ กลยุทธ์รายการส่งเสริมการขายจึงควรเน้นที่รูปแบบการนำเสนอใหม่ๆ เพื่อให้เหมาะสมหรือสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนทำงาน

จากผลการศึกษาในบทนี้ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS และศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้งานบริการเสริม GPRS โดยในส่วนแรกของการศึกษาปัจจัยนั้นใช้การทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร เมื่อได้กลุ่มที่ตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แล้วจึง

นำมาศึกษาต่อในส่วนของความแตกต่างด้านอาชีพเพื่อหาพฤติกรรมการตัดสินใจและการรับรู้ส่วน
ประสมทางการตลาดที่กลุ่มอาชีพแต่ละกลุ่มมีการรับรู้แตกต่างกันหรือไม่

ผลการศึกษาที่ได้้นอกจากจะทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม
GPRS แล้ว ยังทำให้ทราบถึงความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการเสริม GPRS อีกด้วย
ซึ่งมีความสำคัญต่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เนื่องจากในตลาดหนึ่งๆ ลักษณะและความ
ต้องการของกลุ่มเป้าหมายมีความแตกต่างกัน การแบ่งส่วนตลาดจะช่วยกำหนดกลยุทธ์การตลาด
เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และเป็นการจัดสรรทรัพยากรทางการตลาดให้มี
ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น