

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่” ผู้ศึกษาได้ทำการสำรวจด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และทำการวิเคราะห์และประมวลผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในแต่ละระบบเครือข่าย
- ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ
- ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ตอนที่ 1

ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	147	36.8
หญิง	253	63.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิง มีจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 และ เพศชาย จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8

ตารางที่ 4.2
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศของ
แต่ละระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

เพศ	ระบบเครือข่าย									
	เอไอเอส		ดีแทค		ทรูมูฟ		ฮัทช์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)
ชาย	59	40.1	44	32.8	43	37.1	1	33.3	147	36.8
หญิง	88	59.9	90	67.2	73	62.9	2	66.7	253	63.3
รวม	147	100	134	100	116	100	3	100	400	100

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษา พบว่า ในระบบเครือข่ายเอไอเอสกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.2 และเพศชาย ร้อยละ 40.1 ระบบเครือข่ายดีแทค เพศหญิง คิดเป็น ร้อยละ 67.2 และ เพศชาย ร้อยละ 32.8 ระบบเครือข่ายทรูมูฟ เพศหญิง 62.9 และ เพศชาย ร้อยละ 37.1 และระบบเครือข่ายฮัทช์ เพศหญิง 66.7 และ เพศชาย ร้อยละ 33.3

ตารางที่ 4.3
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
20-25 ปี	130	32.5
26-30 ปี	145	36.3
31-35 ปี	66	16.5
36-40 ปี	33	8.3
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	26	6.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาอยู่ในช่วง 20-25 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 สำหรับกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 31-35 ปี มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 กลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 36-40 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด ได้แก่ กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตารางที่ 4.4
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุของ
แต่ละระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

อายุ	ระบบเครือข่าย									
	เอไอเอส		ดีแทค		ทรูมูฟ		ฮัทช์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)
20-25 ปี	90	61.2	13	9.7	27	23.3	0	0.0	130	32.5
26-30 ปี	48	32.7	66	49.3	30	25.9	1	33.3	145	36.3
31-35 ปี	6	4.1	37	27.6	23	19.8	0	0.0	66	16.5
36-40 ปี	2	1.4	15	11.2	16	13.8	0	0.0	33	8.3
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	1	0.7	3	2.2	20	17.2	2	66.7	26	6.5
รวม	147	100	134	100	116	100	3	100	400	100

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ใช้ระบบเครือข่ายเอไอเอส มากที่สุด มีอายุช่วง 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.2 ส่วนระบบเครือข่ายดีแทคและทรูมูฟ อยู่อายุช่วง 26-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.3 และ 25.9 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ใช้ระบบเครือข่ายฮัทช์อยู่ที่มากกว่า 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 66.7

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	11	2.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช หรือเทียบเท่า	18	4.5
ปวส./อนุปริญญา	20	5.0
ปริญญาตรี	282	70.5
สูงกว่าปริญญาตรี	69	17.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 สำหรับกลุ่มตัวอย่างระดับปวส./อนุปริญญา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช หรือเทียบเท่า จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีจำนวน 11 คิดเป็นร้อยละ 2.8 เท่านั้น

ตารางที่ 4.6
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา
ของแต่ละระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระดับการศึกษา	ระบบเครือข่าย									
	เอไอเอส		ดีแทค		ทรูมูฟ		ฮัทช์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่าม.ปลาย	3	2.0	4	3	4	3.4	0	0.0	11	2.8
ม.ปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า	8	5.4	4	3	6	5.2	0	0.0	18	4.5
ปวส./อนุปริญญา	13	8.8	6	4.5	1	0.9	0	0.0	20	5.0
ปริญญาตรี	111	75.5	82	61.2	87	75.0	2	66.7	282	70.5
สูงกว่าปริญญาตรี	12	8.2	38	28.4	18	15.5	1	33.3	69	17.3
รวม	147	100	134	100	116	100	3	100	400	100

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในทุกระบบเครือข่ายมีจำนวนมากที่สุดอยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี ระบบเครือข่ายเอไอเอส คิดเป็นร้อยละ 75.5 ดีแทค ร้อยละ 61.2 ทรูมูฟร้อยละ 75.0 และฮัทช์ คิดเป็นร้อยละ 66.7

ตารางที่ 4.7
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
นักเรียน/นักศึกษา	66	16.5
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	37	9.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	46	11.5
พนักงานบริษัทเอกชน	241	60.3
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	7	1.8
อื่นๆ	3	0.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ส่วนอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจเป็น จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวเป็น จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 กลุ่มพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4.8
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ
ของแต่ละระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

อาชีพ	ระบบเครือข่าย									
	เอไอเอส		ดีแทค		ทรูมูฟ		ฮัทช์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)
นักเรียน/ นักศึกษา	47	32.0	9	6.7	10	8.6	0	0.0	66	16.5
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	11	7.5	11	8.2	15	12.9	0	0.0	37	9.3
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ	15	10.2	21	15.7	10	8.6	0	100	46	11.5
พนักงาน บริษัทเอกชน	72	49.0	88	65.7	78	67.2	3	0.0	241	60.3
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	1	0.7	3	2.2	3	2.6	0	0.0	7	1.8
อื่น ๆ	1	0.7	2	1.5	0	0.0	0	0.0	3	0.8
รวม	147	100	134	100	116	100	3	100	400	100

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในทุกะบบเครือข่าย คือ กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน โดยระบบเครือข่ายเอไอเอส คิดเป็นร้อยละ 49.0 ดีแทค ร้อยละ 65.7 ทรูมูฟ ร้อยละ 67.2 และฮัทช์ จำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 4.9

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	89	22.3
10,001- 20,000 บาท	153	38.3
20,001 – 30,000 บาท	72	18.0
30,001 – 40,000 บาท	38	9.5
40,001 – 50,000 บาท	23	5.8
50,001 บาทขึ้นไป	25	6.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 10,001-20,000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาอยู่ในช่วง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 ลำดับต่อมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ส่วนรายได้ในช่วง 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 50,001 ขึ้นไป มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดอยู่ในช่วง 40,001-50,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

ตารางที่ 4.10

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน
ของแต่ละระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

รายได้ต่อเดือน (บาท)	ระบบเครือข่าย									
	เอไอเอส		ดีแทค		ทรูมูฟ		ฮัทช์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1000	56	38.1	17	12.7	16	13.8	0	0.0	89	22.3
10,001 -20,000 บาท	72	49.0	49	36.6	32	27.6	0	0.0	153	38.3
20,001- 30,000 บาท	8	5.4	35	26.1	28	24.1	1	33.3	72	18.0
30,001 - 40,000 บาท	6	4.1	19	14.2	13	11.2	0	0.0	38	9.5
40,001- 50,000 บาท	2	1.4	9	6.7	12	10.3	0	0.0	23	5.8
50,001 บาทขึ้นไป	3	2.0	5	3.7	15	12.9	2	66.7	25	6.3
รวม	147	100	134	100	116	100	3	100	400	100

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใน 3 ระบบเครือข่ายมีรายได้ อยู่ในช่วง 10,001- 20,000 บาท มากที่สุด ได้แก่ เอไอเอส คิดเป็นร้อยละ 49.0 ดีแทค ร้อยละ 36.6 และทรูมูฟ ร้อยละ 27.6 ส่วนฮัทช์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ที่ 50,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 66.7

ตอนที่ 2
ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ
ในแต่ละ ระบบเครือข่าย

ตารางที่ 4.11

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เอไอเอส	147	36.8
ดีแทค	134	33.5
ทรูมูฟ	116	29.0
ฮัทช์	3	0.8
อื่นๆ	0	0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระบบเครือข่ายเอไอเอสมากที่สุด คือ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ ดีแทค จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ถัดมาเป็นทรูมูฟ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และระบบเครือข่ายที่ใช้ น้อยที่สุดคือ ฮัทช์ มีเพียง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.12
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
จำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่

จำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1 เลขหมาย	299	74.8
2 เลขหมาย	84	21.0
มากกว่า 2 เลขหมาย	17	4.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 1 เลขหมาย จำนวน 299 คน คิดเป็น ร้อยละ 74.8 รองลงมาคือ จำนวน 2 เลขหมาย จำนวน 84 คน คิดเป็น ร้อยละ 21.0 และจำนวนมากกว่า 2 เลขหมายเป็นลำดับน้อยที่สุด โดยมีจำนวน 17 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.3

ตารางที่ 4.13
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวน
เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละระบบเครือข่าย

จำนวน เลขหมาย	ระบบเครือข่าย									
	เอไอเอส		ดีแทค		ทรูมูฟ		ฮัทช์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)
1	105	71.4	109	82.3	85	73.3	0	0.0	299	74.8
2	42	28.6	23	17.2	17	14.7	2	66.7	84	21.0
มากกว่า 2	0	0.0	2	1.5	14	12.1	1	33.3	17	4.3
รวม	147	100	134	100	116	100	3	100	400	100

จากตารางที่ 4.13 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใน 3 ระบบเครือข่ายมีจำนวนเลขหมาย คือ 1 เลขหมาย ได้แก่ เอไอเอส คิดเป็นร้อยละ 71.4 ดีแทค คิดเป็นร้อยละ 81.3 และ ทรูมูฟ ร้อยละ 73.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างระบบเครือข่ายฮัทช์ส่วนใหญ่ใช้ 2 เลขหมาย คิดเป็นร้อยละ 66.7

ตารางที่ 4.14

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ทรมูฟ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
แบบเติมเงิน	298	74.5
แบบรายเดือน	102	25.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.14 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระบบแบบเติมเงิน เป็นจำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 และใช้ระบบแบบรายเดือน จำนวน 102 คน คิดเป็น ร้อยละ 25.5

ตารางที่ 4.15

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่
ของแต่ละระบบเครือข่าย

ระบบโทรศัพท์ เคลื่อนที่	ระบบเครือข่าย									
	เอไอเอส		ดีแทค		ทรมูฟ		ฮัทชี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)
แบบเติมเงิน	115	78.2	90	67.2	92	79.3	1	33.3	298	74.5
แบบรายเดือน	32	21.8	44	32.8	24	20.7	2	66.7	102	25.5
รวม	147	100	134	100	116	100	3	100	400	100

จากตารางที่ 4.15 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใน 3 ระบบเครือข่ายใช้ระบบแบบเติมเงินมากที่สุด ได้แก่ เอไอเอส คิดเป็นร้อยละ 78.2 ดีแทค ร้อยละ 67.2 และทรมูฟ ร้อยละ 79.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในระบบเครือข่ายฮัทชีใช้ระบบแบบราย คิดเป็นร้อยละ 66.7

ตารางที่ 4.16
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อเดือน

ค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 300/เดือน	57	14.3
301-500 บาท/เดือน	146	36.5
501-700 บาท/เดือน	63	15.8
701-900 บาท/เดือน	41	10.3
901-1,100 บาท/เดือน	33	8.3
1,101-1,300 บาท/เดือน	27	6.8
1,301-1,500 บาท/เดือน	15	3.8
1,501 บาทขึ้นไป/เดือน	18	4.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.16 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 301-500 บาท/เดือน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมา คือ 501-700 บาท/เดือน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ถัดไปคือ น้อยกว่า 300/เดือนจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ถัดไปคือ อยู่ในช่วง 701-900 บาท/เดือน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ช่วง 901-1,100 บาท/เดือน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ส่วนช่วง 1,101-1,300 บาท/เดือน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 สำหรับค่าบริการ 1,501 บาทขึ้นไป มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และช่วงที่น้อยที่สุดคือ ค่าบริการระหว่าง 1,301-1,500 บาท/เดือน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.17

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เฉลี่ยต่อเดือนของแต่ละระบบเครือข่าย

ระบบเครือข่าย										
ค่าบริการ	เอไอเอส		ดีแทค		ทรูมูฟ		ฮัทช์		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 300	24	16.3	16	11.9	17	14.7	0	0.0	57	14.3
301-500	68	46.3	39	29.1	38	32.8	1	33.3	146	36.5
501-700	21	14.3	25	18.7	17	14.7	0	0.0	63	15.8
701-900	11	7.5	18	13.4	12	10.3	0	0.0	41	10.3
901-1,100	7	4.8	17	12.7	9	7.8	0	0.0	33	8.3
1,101-1,300	8	5.4	11	8.2	8	6.9	0	0.0	27	6.8
1,301-1,500	2	1.4	6	4.5	7	6.0	0	0.0	15	3.8
1,501 บาทขึ้นไป	6	4.1	2	1.5	8	6.9	2	66.7	18	4.5
รวม	147	100	134	100	116	100	3	100	400	100

จากตารางที่ 4.17 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใน 3 ระบบเครือข่ายมีค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อเดือน ในช่วง 301-500 บาท/เดือน มากที่สุด ได้แก่ เอไอเอส คิดเป็นร้อยละ 46.3 ดีแทค ร้อยละ 29.1 และ ทรูมูฟ ร้อยละ 32.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ใช้ระบบเครือข่ายฮัทช์มีค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 1,501 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 66.7

ตอนที่ 3
ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้ระบบเครือข่าย
โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 4.18

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
 ปัจจัยในการเลือกใช้ของผู้ใช้บริการ

ปัจจัยในการเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แสดงความเห็น	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
บุคคลที่มีอิทธิพล										
1. ตัวเอง	215 (53.8)	138 (34.5)	42 (10.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	400 (100.0)	4.41	0.736	มากที่สุด
2. บุคคลในครอบครัว	66 (16.5)	100 (25.0)	148 (37.0)	57 (14.3)	24 (6.0)	5 (1.3)	400 (100.0)	3.32	1.099	ปานกลาง
3. เพื่อน	17 (4.3)	117 (29.3)	147 (36.8)	70 (17.5)	45 (11.3)	4 (1.0)	400 (100.0)	2.98	1.049	ปานกลาง
4. พนักงานขาย	10 (2.5)	22 (5.5)	139 (34.8)	113 (28.3)	109 (27.3)	7 (1.8)	400 (100.0)	2.26	1.008	น้อย
5. ฟรีเซนต์เซอร์วิส	7 (1.8)	13 (3.3)	85 (21.3)	96 (24.0)	184 (46.0)	15 (3.8)	400 (100.0)	1.86	0.991	น้อย
รวม								2.98	1.322	ปานกลาง
ด้านส่วนบุคคล										
6. ต้องการรับรู้ข่าวสาร	60 (15.0)	116 (29.0)	173 (43.3)	32 (8.0)	17 (4.3)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.43	0.983	มาก
7. ต้องการสนุกสนานผ่อนคลาย	80 (20.0)	144 (36.0)	119 (29.8)	43 (10.8)	12 (3.0)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.60	1.021	มาก
8. ต้องการเพลิดเพลิน	105 (26.3)	124 (31.0)	115 (28.8)	43 (10.8)	10 (2.5)	3 (0.8)	400 (100.0)	3.68	1.056	มาก
9. ต้องการทดลองใช้บริการ	68 (17.0)	95 (23.8)	135 (33.8)	64 (16.0)	34 (8.5)	4 (1.0)	400 (100.0)	3.25	1.172	ปานกลาง
รวม								3.49	1.072	มาก

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ปัจจัยในการเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แสดงความคิดเห็น	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านการตลาด										
10. ผลิตภัณฑ์เป็นเครือข่ายนำเชือถือ	90 (22.5)	170 (42.5)	112 (28.0)	20 (5.0)	8 (2.0)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.79	0.917	มาก
11. ผลิตภัณฑ์มีแพ็คเกจให้เลือกมากมาย	120 (30.0)	187 (46.8)	83 (20.8)	7 (1.8)	3 (0.8)	0 (0.0)	400 (100.0)	4.04	0.803	มาก
12. เครือข่ายสัญญาณ	121 (30.3)	179 (44.8)	87 (21.8)	11 (2.8)	1 (0.3)	1 (0.3)	400 (100.0)	4.02	0.809	มาก
13. ราคาของโปรโมชั่น	120 (30.0)	176 (44.0)	94 (23.5)	6 (1.5)	4 (1.0)	0 (0)	400 (100.0)	4.01	0.829	มาก
14. ระยะเวลาของโปรโมชั่น	93 (23.3)	161 (40.3)	126 (31.5)	17 (4.3)	3 (0.8)	0 (0)	400 (100.0)	3.81	0.866	มาก
รวม								3.93	0.852	มาก
ด้านบริการ										
15. ขั้นตอนการสมัครโปรโมชั่นง่าย	92 (23.0)	208 (54.8)	71 (17.8)	8 (2.0)	0 (0)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.96	0.735	มาก
16. การชำระค่าบริการได้หลายช่องทาง	134 (33.5)	169 (42.3)	79 (19.8)	9 (2.3)	6 (1.5)	3 (0.8)	400 (100.0)	4.05	0.873	มาก
17. การให้บริการรวดเร็ว	144 (36.0)	143 (35.8)	87 (21.8)	14 (3.5)	7 (1.8)	5 (1.3)	400 (100.0)	4.02	0.873	มาก
18. การให้บริการทาง Call center	131 (32.8)	143 (35.8)	89 (22.3)	23 (5.8)	8 (2.0)	6 (1.5)	400 (100.0)	3.93	0.986	มาก
19. การบริการภายในศูนย์บริการ	68 (17.0)	147 (36.8)	151 (37.8)	24 (6.0)	9 (2.3)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.60	0.915	มาก
รวม								3.92	0.907	มาก

จากตารางที่ 4.18 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบเครือข่าย อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.98 โดยปัจจัยที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ตัวเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาในระดับปานกลาง คือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32 และ เพื่อน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.98 ส่วนในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานขาย และ 프리เซนเตอร์ (Presenter) โฆษณา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.26 และ 1.86 ตามลำดับ

ในปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในการเลือกใช้ระบบเครือข่ายอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 โดยปัจจัยที่อยู่ในระดับมีหลายประเด็นด้วยกัน คือ ต้องการความเพลิดเพลิน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.68 ต้องการความสนุกสนาน ผ่อนคลาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.60 และต้องการรับรู้ข่าวสาร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 ส่วนต้องการทดลองใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.25

ปัจจัยด้านการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ระบบเครือข่ายของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93 และมีปัจจัยอยู่ในระดับทุกประเด็น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีแพ็คเกจ (Package) ให้เลือกมากมาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.04 เครือข่ายสัญญาณ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.02 ราคาการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.01 ระยะเวลาการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.81 และ ผลิตภัณฑ์เป็นที่น่าเชื่อถือ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79

ปัจจัยด้านสุดท้ายเป็นปัจจัยด้านการบริการ พบว่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ระบบเครือข่ายของกลุ่มตัวอย่างในระดับที่มาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.92 โดยมีปัจจัยอยู่ในระดับทุก ได้แก่ การชำระค่าบริการได้หลายช่องทาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.05 การบริการที่รวดเร็ว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.02 ขั้นตอนการสมัครการส่งเสริมการขายง่าย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.96 การให้บริการทางศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) และการบริการภายในศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93 และ 3.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามปัจจัยในการเลือกใช้บริการระบบเครือข่ายเอไอเอส

ระบบเครือข่ายเอไอเอส										
ปัจจัยในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แสดงความคิดเห็น	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
บุคคลที่มีอิทธิพล										
1. ตัวเอง	64 (43.5)	66 (44.9)	13 (8.8)	3 (2.0)	1 (0.7)	0 (0.0)	147 (100.0)	4.29	0.767	มากที่สุด
2. บุคคลในครอบครัว	14 (9.7)	38 (26.2)	65 (44.8)	20 (13.8)	8 (5.5)	2 (1.4)	147 (100.0)	3.21	0.985	ปานกลาง
3. เพื่อน	6 (4.1)	41 (21.9)	55 (37.4)	27 (18.4)	18 (12.2)	0 (0.0)	147 (100.0)	2.93	1.058	ปานกลาง
4. พนักงานขาย	6 (4.1)	6 (4.1)	51 (35.2)	37 (25.5)	45 (31.0)	2 (1.4)	147 (100.0)	2.25	1.071	น้อย
5. ฟรีเซนต์อร์โฆษณา	2 (1.4)	4 (2.8)	35 (24.5)	33 (23.1)	69 (48.3)	4 (2.8)	147 (100.0)	1.86	0.976	น้อย
รวม								2.92	0.637	ปานกลาง
ด้านส่วนบุคคล										
6. ต้องการรับรู้ข่าวสาร	16 (10.9)	41 (21.9)	73 (49.7)	12 (8.2)	5 (3.4)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.35	0.904	มาก
7. ต้องการสนุกลานผ่านคลาย	31 (21.1)	51 (34.7)	51 (34.7)	12 (8.2)	2 (1.4)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.66	0.947	มาก
8. ต้องการเพลิตเพลิน	42 (28.6)	48 (32.7)	46 (31.3)	9 (6.1)	2 (1.4)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.81	0.968	มาก
9. ต้องการทดลองใช้บริการ	22 (15.0)	39 (26.5)	49 (33.3)	26 (17.7)	11 (7.5)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.24	1.137	ปานกลาง
รวม								3.51	0.637	มาก

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายเอไอเอส										
ปัจจัยในการเลือกใช้ ระบบเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านการตลาด										
10. ผลิตภัณฑ์เป็น เครือข่าย นำเชื่อถือ	39 (26.5)	57 (38.8)	38 (25.9)	9 (6.1)	4 (2.7)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.80	0.991	มาก
11. ผลิตภัณฑ์มี แพ็คเกจให้เลือก มากมาย	45 (30.6)	71 (48.3)	29 (29.7)	2 (1.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	147 (100.0)	4.08	0.745	มาก
12. เครือข่าย สัญญาณ	47 (32.0)	75 (51.0)	24 (16.3)	1 (0.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	147 (100.0)	4.14	0.702	มาก
13. ราคาของ โปรโมชั่น	35 (23.8)	68 (46.3)	41 (27.9)	2 (1.4)	1 (0.7)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.91	0.793	มาก
14. ระยะเวลาของ โปรโมชั่น	30 (20.4)	59 (40.1)	52 (35.4)	5 (3.4)	1 (0.7)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.76	0.839	มาก
รวม								3.94	0.523	มาก
ด้านบริการ										
15. ขั้นตอนการ สมัครโปรโมชั่น ง่าย	31 (21.1)	77 (52.4)	35 (23.8)	4 (2.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.92	0.745	มาก
16. การชำระ ค่าบริการได้ หลายช่องทาง	47 (32.0)	69 (46.9)	24 (16.3)	4 (2.7)	3 (2.0)	0 (0.0)	147 (100.0)	4.04	0.883	มาก
17. การให้บริการ รวดเร็ว	54 (37.0)	52 (35.4)	32 (21.9)	4 (2.7)	4 (2.7)	1 (0.7)	147 (100.0)	4.01	0.975	มาก
18. การให้บริการ ทาง Call center	52 (35.4)	58 (39.7)	28 (19.2)	5 (3.4)	3 (2.0)	1 (0.7)	147 (100.0)	4.03	0.935	มาก
19. บริการภายใน ศูนย์บริการ	24 (16.3)	46 (31.3)	64 (43.5)	8 (5.4)	5 (3.4)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.52	0.946	มาก
รวม								4.00	0.711	มาก

จากตารางที่ 4.19 ผลการศึกษา พบว่า ระบบเครือข่ายเอไอเอสกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ระบบเครือข่าย อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.92 โดยมีปัจจัยในระดับมากที่สุด คือ ตัวเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว เพื่อน และพนักงานขาย อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.21 2.93 และ 2.25 ส่วนพีเรซันเตอร์ (Presenter) โฆษณา อยู่ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.86

ในปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเพราะปัจจัยส่วนบุคคลอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 โดยเลือกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน ต้องการความสนุกสนาน ผ่อนคลาย อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.81 และ 3.66 ส่วนต้องการรับรู้ข่าวสาร และต้องการทดลองใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.35 และ 3.24

ปัจจัยด้านการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกปัจจัยในด้านนี้ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.94 และเลือกปัจจัยด้านต่าง ๆ ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ด้านเครือข่ายสัญญาณ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์มีแพ็คเกจ (Package) ให้เลือกมากมาย และด้านราคาการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.08 และ 3.91 ถัดไปด้านผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ และระยะเวลาการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.80 และ 3.76

สำหรับปัจจัยด้านบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเพราะปัจจัยด้านการบริการในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.00 โดยเลือกปัจจัยต่าง ๆ ในระดับมากทุกประเด็น อันดับแรกคือการชำระค่าบริการได้หลายช่องทาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาคือ การบริการทางศูนย์บริการทางโทรศัพท์ และการบริการที่รวดเร็ว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.03 และ 4.01 ถัดไปเป็นด้านขั้นตอนการสมัครการส่งเสริมการขาย และด้านการบริการภายในศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.92 และ 3.52

ตารางที่ 4.20

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ปัจจัยในการเลือกใช้ของผู้ใช้บริการระบบเครือข่ายดีแทค

ระบบเครือข่ายดีแทค										
ปัจจัยในการ เลือกใช้ระบบ เครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
บุคคลที่มีอิทธิพล										
1. ตัวเอง	78 (58.2)	42 (31.3)	14 (10.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	134 (100.0)	4.48	0.680	มากที่สุด
2. บุคคลใน ครอบครัว	25 (18.7)	33 (24.6)	47 (35.1)	22 (16.4)	7 (5.2)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.35	1.119	ปานกลาง
3. เพื่อน	7 (5.2)	40 (29.9)	47 (35.1)	23 (17.2)	17 (12.7)	0 (0.0)	134 (100.0)	2.98	1.093	ปานกลาง
4. พนักงานขาย	2 (1.5)	6 (4.5)	48 (36.1)	37 (27.8)	40 (30.1)	1 (0.8)	134 (100.0)	2.20	0.973	น้อย
5. ฟรีเซนเตอร์ โฆษณา	2 (1.5)	2 (1.5)	25 (19.1)	36 (27.5)	66 (50.4)	3 (2.2)	134 (100.0)	1.76	0.918	น้อย
รวม								2.96	0.624	ปานกลาง
ด้านส่วนบุคคล										
6. ต้องการรับรู้ ข่าวสาร	13 (9.7)	42 (31.3)	61 (45.5)	11 (8.2)	7 (5.2)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.32	0.947	ปานกลาง
7. ต้องการ สนุกลิน ผ่านคลาย	15 (11.2)	54 (40.3)	44 (32.8)	14 (10.4)	7 (5.2)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.42	0.998	มาก
8. ต้องการ เพลิดเพลิน	27 (20.1)	41 (30.6)	46 (34.3)	14 (10.4)	6 (4.5)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.51	1.067	มาก
9. ต้องการทดลอง ใช้บริการ	24 (18.0)	28 (21.1)	48 (36.1)	18 (13.5)	15 (11.3)	1 (0.7)	134 (100.0)	3.21	1.219	ปานกลาง
รวม								3.36	0.836	มาก

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายดีเทค										
ปัจจัยในการ เลือกใช้ระบบ เครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านการตลาด										
10. ผลิตภัณฑ์เป็น เครือข่าย นำเชื่อถือ	30 (22.4)	59 (44.0)	38 (28.4)	4 (3.0)	3 (2.2)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.81	0.894	มาก
11. ผลิตภัณฑ์มี แพ็คเกจให้ เลือก มากมาย	41 (30.6)	54 (40.3)	35 (26.1)	2 (1.5)	2 (1.5)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.97	0.875	มาก
12. เครือข่าย สัญญาณ	41 (30.6)	61 (45.5)	29 (26.1)	3 (2.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	134 (100.0)	4.04	0.784	มาก
13. ราคาของ โปรโมชั่น	47 (35.1)	52 (38.8)	30 (22.4)	3 (2.2)	2 (0.5)	0 (0.0)	134 (100.0)	4.04	0.896	มาก
14. ระยะเวลาของ โปรโมชั่น	32 (23.9)	50 (37.3)	45 (33.6)	6 (4.5)	1 (0.7)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.79	0.885	มาก
รวม								3.93	0.592	มาก
ด้านบริการ										
15. ขั้นตอนการสมัคร โปรโมชั่นง่าย	27 (21.1)	74 (55.2)	33 (24.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.96	0.670	มาก
16. การชำระ ค่าบริการได้ หลายช่องทาง	47 (35.3)	58 (43.6)	23 (17.3)	3 (2.3)	2 (1.5)	1 (0.7)	134 (100.0)	4.09	0.866	มาก
17. การให้บริการ รวดเร็ว	51 (38.3)	48 (36.1)	28 (21.1)	5 (3.8)	1 (0.7)	1 (0.7)	134 (100.0)	4.08	0.901	มาก
18. การให้บริการที่ Call center	48 (36.1)	46 (34.6)	28 (21.1)	10 (7.5)	1 (0.7)	1 (0.7)	134 (100.0)	3.98	0.973	มาก
19. การบริการ ภายใน ศูนย์บริการ	25 (18.7)	47 (35.1)	49 (36.6)	11 (8.2)	2 (1.5)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.61	0.933	มาก
รวม								4.02	0.666	มาก

จากตารางที่ 4.20 ผลการศึกษา พบว่า ระบบเครือข่ายดีแทคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อเลือกใช้ระบบเครือข่าย อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.96 โดยมีปัจจัยในระดับมากที่สุด คือ ตัวเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว และเพื่อน อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.35 และ 2.98 ส่วนพนักงานขาย และพรีเซนเตอร์ (Presenter) โฆษณา อยู่ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.20 และ 1.76

ในปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเพราะปัจจัยส่วนบุคคลอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 โดยเลือกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน ต้องการความสนุกสนาน ผ่อนคลาย อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 และ 3.42 ส่วนต้องการรับรู้ข่าวสาร และต้องการทดลองใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32 และ 3.21

ด้านปัจจัยด้านการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกปัจจัยในด้านนี้ในระดับมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93 และเลือกปัจจัยด้านต่าง ๆ ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ด้านเครือข่ายสัญญาณ และด้านราคาการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.04 และ 4.04 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์มีแพ็คเกจ (Package) ให้เลือกมากมาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย ถัดไปด้านผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ และระยะเวลาการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.97 3.81 และ 3.79

สำหรับปัจจัยด้านบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเพราะปัจจัยด้านการบริการในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.02 โดยเลือกปัจจัยต่าง ๆ ในระดับมากทุกประเด็น อันดับแรกคือการชำระค่าบริการได้หลายช่องทาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือ การบริการที่รวดเร็ว และการบริการทางศูนย์บริการทางโทรศัพท์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.08 และ 3.98 ถัดไปเป็นด้านขั้นตอนการสมัครการส่งเสริมการขาย และด้านการบริการภายในศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.96 และ 3.61

ตารางที่ 4.21

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามปัจจัยในการเลือกใช้ของผู้ใช้บริการระบบเครือข่ายทฤษฎี

ระบบเครือข่ายทฤษฎี										
ปัจจัยในการ เลือกใช้ระบบ เครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่ แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
บุคคลที่มี อิทธิพล										
1. ตัวเอง	71 (61.2)	30 (25.9)	14 (12.1)	1 (0.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	116 (100.0)	4.47	0.740	มากที่สุด
2. บุคคลใน ครอบครัว	27 (23.9)	29 (25.7)	34 (30.1)	14 (12.4)	9 (8.0)	3 (2.6)	116 (100.0)	3.45	1.210	มาก
3. เพื่อน	4 (3.5)	35 (31.0)	45 (39.8)	20 (17.7)	9 (8.0)	3 (2.6)	116 (100.0)	3.04	0.976	ปานกลาง
4. พนักงานขาย	2 (1.7)	10 (8.8)	40 (35.4)	39 (34.5)	22 (19.5)	3 (2.6)	116 (100.0)	2.39	0.958	น้อย
5. ฟรีเซนต์เซอร์ โฆษณา	3 (2.6)	7 (6.0)	25 (22.9)	27 (24.8)	47 (43.1)	7 (6.0)	116 (100.0)	2.01	1.084	น้อย
รวม								3.10	0.638	ปานกลาง
ด้านส่วนบุคคล										
6. ต้องการรับรู้ ข่าวสาร	31 (27.2)	33 (28.9)	36 (31.6)	9 (7.9)	5 (4.4)	2 (1.7)	116 (100.0)	3.67	1.094	มาก
7. ต้องการ สนุกลาน ผ่อนคลาย	34 (29.8)	38 (33.3)	23 (20.2)	17 (14.9)	2 (1.7)	2 (1.7)	116 (100.0)	3.75	1.096	มาก
8. ต้องการ เพลิดเพลิน	35 (31.0)	35 (31.0)	23 (20.2)	19 (16.8)	1 (0.9)	3 (2.6)	116 (100.0)	3.74	1.100	มาก
9. ต้องการ ทดลองใช้ บริการ	21 (18.6)	28 (24.8)	37 (32.7)	20 (17.7)	7 (6.2)	3 (2.6)	116 (100.0)	3.32	1.152	ปานกลาง
รวม								3.62	0.894	มาก

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายโทรพิมพ์										
ปัจจัยในการ เลือกใช้ระบบ เครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่ แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านการตลาด										
10. ผลิตภัณฑ์ เป็นเครือข่าย นำเชื่อถือ	20 (17.2)	54 (46.6)	36 (31.0)	5 (4.3)	1 (0.9)	0 (0.0)	116 (100.0)	3.75	0.822	มาก
11. ผลิตภัณฑ์มี แพ็คเกจให้ เลือกมากมาย	33 (28.4)	62 (53.4)	19 (16.4)	1 (0.9)	1 (0.9)	0 (0.0)	116 (100.0)	4.08	0.748	มาก
12. เครือข่าย สัญญาณ	31 (27.0)	42 (36.5)	34 (29.6)	7 (6.1)	1 (0.9)	1 (0.9)	116 (100.0)	3.83	0.930	มาก
13. ราคาของ โปรโมชัน	36 (31.0)	56 (48.3)	22 (19.0)	1 (0.9)	1 (0.9)	0 (0.0)	116 (100.0)	4.08	0.782	มาก
14. ระยะเวลา ของโปรโมชัน	29 (25.0)	52 (44.8)	28 (24.1)	6 (5.2)	1 (0.9)	0 (0.0)	116 (100.0)	3.88	0.876	มาก
รวม								3.92	0.596	มาก
ด้านบริการ										
15. ขั้นตอนการ สมัคร โปรโมชัน ง่าย	33 (28.4)	55 (47.4)	24 (20.7)	4 (3.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	116 (100.0)	4.01	0.797	มาก
16. การชำระ ค่าบริการได้ หลาย ช่องทาง	39 (34.2)	41 (36.0)	31 (27.2)	2 (1.7)	1 (0.9)	2 (1.7)	116 (100.0)	4.01	0.877	มาก
17. การ ให้บริการ รวดเร็ว	38 (33.6)	42 (37.2)	27 (23.9)	5 (4.4)	1 (0.9)	3 (2.6)	116 (100.0)	3.98	0.916	มาก

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายโทรชุมฟ										
ปัจจัยในการ เลือกใช้ระบบ เครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่ แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
18. การ ให้บริการ ทาง Call center	31 (27.7)	38 (33.9)	32 (28.6)	8 (7.1)	3 (2.6)	4 (3.4)	116 (100.0)	3.77	1.022	มาก
19. การบริการ ภายใน ศูนย์บริการ	19 (16.5)	52 (45.2)	37 (32.2)	5 (4.3)	2 (1.7)	1 (0.9)	116 (100.0)	3.70	0.858	มาก
รวม								3.95	0.741	มาก

จากตารางที่ 4.21 ผลการศึกษา พบว่า ระบบเครือข่ายโทรชุมฟกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ระบบเครือข่าย อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.10 โดยมีปัจจัยในระดับมากที่สุด คือ ตัวเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.47 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.45 เพื่อน อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย และ 3.04 ส่วนพนักงานขายและพรีเซนเตอร์ (Presenter) โฆษณา อยู่ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.39 และ 2.01

ในปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเพราะปัจจัยส่วนบุคคลอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62 โดยเลือกเพราะต้องการความสนุกสนาน ผ่อนคลาย ต้องการความเพลิดเพลิน และต้องการรับรู้ข่าวสาร อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.75 3.74 และ 3.67 ส่วนต้องการทดลองใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32

ส่วนปัจจัยด้านการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกปัจจัยในด้านนี้ในระดับมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.92 และเลือกปัจจัยด้านต่าง ๆ ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์มีแพ็คเกจ (Package) ให้เลือกมากมาย และด้านราคาการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.08 และ 4.08 ถัดไปเป็นด้านระยะเวลาการส่งเสริมการขาย เครือข่ายสัญญาณ และผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.88 3.83 และ 3.75

สำหรับปัจจัยด้านบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเพราะปัจจัยด้านการบริการในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.95 โดยเลือกปัจจัยต่าง ๆ ในระดับมากทุกประเด็น อันดับแรกคือขั้นตอนการสมัครการส่งเสริมการขาย และการชำระค่าบริการได้หลายช่องทาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.01 และ 4.01 รองลงมาเป็นด้านการบริการที่รวดเร็ว การบริการทางศูนย์บริการทางโทรศัพท์ และด้านการบริการภายในศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.98 3.77 และ 3.70

ตารางที่ 4.22

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามปัจจัยในการเลือกใช้ของผู้ใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต										
ปัจจัยในการเลือกใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แสดงความเห็น	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
บุคคลที่มี อิทธิพล										
1. ตัวเอง	2 (66.7)	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	4.33	1.155	มากที่สุด
2. บุคคลในครอบครัว	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (66.7)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	2.67	0.577	ปานกลาง
3. เพื่อน	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (33.3)	3 (100.0)	2.50	2.121	ปานกลาง
4. พนักงานขาย	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (66.7)	1 (33.3)	3 (100.0)	1.00	0.000	น้อยที่สุด
5. ฟรีเซนต์เตอร์โฆษณา	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (66.7)	1 (33.3)	3 (100.0)	1.00	0.000	น้อยที่สุด
รวม								2.80	1.058	ปานกลาง
ด้านส่วนบุคคล										
6. ต้องการรับรู้ข่าวสาร	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.00	0.000	ปานกลาง
7. ต้องการสนุกสนานผ่อนคลาย	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	3 (100.0)	2.67	1.528	ปานกลาง

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายอีพี										
ปัจจัยในการเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แสดงความเห็น	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
8. ต้องการผลิตเพลิน	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	3 (100.0)	2.67	2.082	ปานกลาง
9. ต้องการทดลองใช้บริการ	1 (33.3)	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.00	2.000	ปานกลาง
รวม								2.83	1.233	ปานกลาง
ด้านการตลาด										
10. ผลิตภัณฑ์เป็นเครือข่ายนำเชือถือ	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.00	1.732	ปานกลาง
11. ผลิตภัณฑ์มีแพ็คเกจให้เลือกมากมาย	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.00	1.732	ปานกลาง
12. เครือข่ายสัญญาณ	2 (66.7)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	4.67	0.577	มากที่สุด
13. ราคาของโปรโมชั่น	2 (66.7)	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	4.33	1.155	มากที่สุด
14. ระยะเวลาของโปรโมชั่น	2 (66.7)	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	4.33	1.155	มากที่สุด
รวม								3.86	0.901	มาก
ด้านบริการ										
15. ขั้นตอนการสมัครโปรโมชั่นง่าย	1 (33.3)	2 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	4.33	0.577	มากที่สุด
16. การชำระค่าบริการได้หลายช่องทาง	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	4.00	1.000	มาก
17. การให้บริการรวดเร็ว	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.33	2.082	ปานกลาง

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายฮัท										
ปัจจัยในการเลือกใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แสดงความเห็น	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
18. การให้บริการทาง Call center	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	3 (100.0)	2.67	1.528	ปานกลาง
19. การบริการภายในศูนย์บริการ	0 (0.0)	2 (66.7)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.67	0.577	มาก
รวม								3.58	0.94	มาก

จากตารางที่ 4.22 ผลการศึกษา พบว่า ระบบเครือข่ายฮัทกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.80 โดยมีปัจจัยในระดับมากที่สุด คือ ตัวเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว และเพื่อน อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.67 และ 2.50 ส่วนพนักงานขาย และ พิธีเซนต์เตอร์ (Presenter) โฆษณา อยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.00 และ 1.00

ด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือก เพราะปัจจัยส่วนบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.83 โดยความต้องการด้านต่าง ๆ ในระดับปานกลางทุกประเด็น ได้แก่ ต้องการรับรู้ข่าวสาร และต้องการทดลองใช้บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.00 และ 3.00 รองลงมาคือ ต้องการความสนุกสนาน ผ่อนคลาย และต้องการความเพลิดเพลิน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.67 และ 2.67

ในปัจจัยด้านการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกปัจจัยในด้านนี้ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86 โดยเลือกปัจจัยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านเครือข่ายสัญญาณ ราคาการส่งเสริมการขาย ราคาการส่งเสริมการขาย และระยะเวลาการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.67 4.33 และ 4.33 ส่วนผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ และผลิตภัณฑ์มีแพ็คเกจ (Package) ให้เลือกมากมาย อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.00 และ 3.00

สำหรับปัจจัยด้านบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเพราะปัจจัยด้านการบริการในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.58 โดยเลือกขั้นตอนการสมัครการส่งเสริมการขาย ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.33 ด้านการชำระค่าบริการได้หลายช่องทาง และบริการภายในศูนย์บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.00 และ 3.67 ส่วนการบริการที่รวดเร็ว และการบริการทางศูนย์บริการทางโทรศัพท์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 และ 2.67 อยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

ตอนที่ 4

**ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อระบบเครือข่าย
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน**

ตารางที่ 4.23

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจของ ระบบเครือข่าย ที่ใช้ในปัจจุบัน	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์										
1. ผลิตภัณฑ์ที่มีให้ เลือกมากมาย	102 (25.5)	206 (51.5)	81 (20.3)	8 (2.0)	2 (0.5)	1 (0.3)	400 (100.0)	4.00	0.765	มาก
2. บริการเสริม พิเศษต่าง ๆ	74 (18.5)	191 (47.8)	107 (26.8)	25 (6.3)	1 (0.3)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.78	0.827	มาก
3. เครือข่าย สัญญาณ ครอบคลุมทุก พื้นที่	76 (19.0)	143 (35.8)	131 (32.8)	32 (8.0)	15 (3.8)	3 (0.8)	400 (100.0)	3.59	1.008	มาก
รวม								3.79	0.888	มาก
ด้านราคา										
4. ราคาโปรโมชั่น เหมาะสม	96 (24.0)	170 (42.5)	123 (30.8)	10 (2.5)	1 (0.3)	0 (0)	400 (100.0)	3.88	0.810	มาก
5. ค่าบริการเสริม พิเศษต่าง ๆ	47 (11.8)	147 (36.8)	172 (43.0)	24 (6.0)	5 (1.3)	5 (1.3)	400 (100.0)	3.52	0.829	มาก
6. ค่าธรรมเนียม การสมัคร โปรโมชั่น	33 (8.3)	184 (46.0)	152 (38.0)	26 (6.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.54	0.778	มาก
รวม								3.65	0.821	มาก

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ความพึงพอใจของ ระบบเครือข่าย ที่ใช้ในปัจจุบัน	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านสถานที่										
7. ที่ตั้งของ ศูนย์บริการ	42 (10.5)	202 (50.5)	139 (34.8)	15 (3.8)	1 (0.3)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.67	0.722	มาก
8. บรรยากาศ ภายใน ศูนย์บริการ	30 (7.5)	174 (43.5)	156 (39.0)	28 (7.0)	8 (2.0)	4 (1.0)	400 (100.0)	3.48	0.816	มาก
รวม								3.58	0.776	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด										
9. การให้ข่าวและ ประชาสัมพันธ์ แฟ้มแจก	40 (10.0)	176 (44.0)	157 (39.3)	19 (4.8)	5 (1.3)	3 (0.8)	400 (100.0)	3.57	0.787	มาก
10. การจัด โปรโมชั่นใน โอกาสพิเศษ	54 (13.5)	165 (41.3)	157 (39.3)	21 (5.3)	2 (0.5)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.62	0.802	มาก
11. การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการ ขาย	50 (12.5)	141 (35.3)	172 (43.0)	31 (7.8)	5 (1.3)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.50	0.856	มาก
12. ระยะเวลาของ โปรโมชั่น	48 (12.0)	134 (33.5)	171 (42.8)	41 (10.3)	6 (1.5)	0 (0)	400 (100.0)	3.44	0.885	มาก
รวม								3.53	0.836	มาก
ด้านบริการ										
13. ขั้นตอนการ สมัครโปรโมชั่น ง่าย	60 (15.0)	156 (39.0)	159 (39.8)	23 (5.8)	1 (0.3)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.63	0.816	มาก
14. การชำระ ค่าบริการได้ หลายช่องทาง	59 (14.8)	201 (50.3)	110 (27.5)	24 (6.0)	3 (0.8)	3 (0.8)	400 (100.0)	3.73	0.814	มาก

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ความพึงพอใจของ ระบบเครือข่าย ที่ใช้ในปัจจุบัน	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
15. การให้บริการ รวดเร็ว	72 (18.0)	148 (37.0)	156 (39.0)	16 (4.0)	4 (1.0)	4 (1.0)	400 (100.0)	3.68	0.852	มาก
16. การให้บริการ ทาง Call center	50 (12.5)	140 (35.0)	164 (41.0)	31 (7.8)	9 (2.3)	6 (1.5)	400 (100.0)	3.48	0.894	มาก
17. การให้บริการ ภายใน ศูนย์บริการ	48 (12.0)	126 (31.5)	177 (44.3)	34 (8.5)	9 (2.3)	6 (1.5)	400 (100.0)	3.43	0.895	มาก
รวม								3.59	0.862	มาก

จากตารางที่ 4.23 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79 โดยภายในกลุ่มมีความพึงพอใจในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกมากมาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ด้านบริการเสริมพิเศษต่าง ๆ และเครือข่ายสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.78 และ 3.59 ตามลำดับ

ส่วนความพึงพอใจในด้านราคานั้น อยู่ในระดับมากเช่นกัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.65 และภายในกลุ่มอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ราคาส่งเสริมการขายเหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมา คือ ค่าธรรมเนียมการสมัครการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.54 และด้านค่าบริการเสริมพิเศษต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52

ด้านสถานที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.58 และภายในกลุ่มอยู่ในระดับมากเช่นกัน ได้แก่ ที่ตั้งของศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.67 และบรรยากาศภายในศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.48

ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53 โดยภายในกลุ่มอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ด้านของการจัดส่งเสริมขายในโอกาสพิเศษ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62 ส่วนด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์แพ็คเกจ (Package) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57 รองลงมาการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามสถานที่ต่าง ๆ โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 สำหรับความพึงพอใจที่อยู่ในลำดับสุดท้าย ได้แก่ ระยะเวลาการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44

สำหรับความพึงพอใจด้านการบริการที่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.59 และภายในกลุ่มอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยแบ่งออกเป็นอันดับแรก คือ การชำระค่าบริการได้หลายช่องทาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.73 รองลงมาคือ การบริการที่รวดเร็วคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.68 ถัดไปเป็นขั้นตอนการสมัครการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 และการให้บริการทางศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) และการต้อนรับของพนักงานบริษัทภายในศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.48 และ 3.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความ พึงพอใจในระบบเครือข่ายเอไอเอส

ระบบเครือข่ายเอไอเอส										
ความพึงพอใจของระบบเครือข่ายที่ใช้ในปัจจุบัน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แสดงความเห็น	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์										
1. ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกมากมาย	40 (27.2)	76 (51.7)	29 (19.7)	2 (1.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	147 (100.0)	4.05	0.725	มาก
2. บริการเสริมพิเศษต่าง ๆ	32 (21.8)	69 (46.9)	40 (27.2)	6 (4.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.86	0.799	มาก
3. เครือข่ายสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่	40 (27.2)	53 (36.1)	40 (27.2)	9 (6.5)	5 (3.4)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.78	1.026	มาก
รวม								3.89	0.653	มาก
ด้านราคา										
4. ราคาโปรโมชั่นเหมาะสม	31 (21.1)	63 (42.9)	48 (32.7)	5 (3.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.82	0.803	มาก
5. ค่าบริการเสริมพิเศษต่าง ๆ	20 (18.3)	51 (35.2)	65 (44.8)	7 (4.8)	2 (1.4)	2 (1.4)	147 (100.0)	3.55	0.841	มาก
6. ค่าธรรมเนียมการสมัครโปรโมชั่น	16 (10.9)	73 (49.7)	54 (36.7)	4 (2.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.69	0.700	มาก
				รวม				3.68	0.619	มาก

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายเอไอเอส										
ความพึงพอใจของ ระบบเครือข่ายที่ใช้ ในปัจจุบัน	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านสถานที่										
7. ที่ตั้งของ ศูนย์บริการ	18 (12.2)	81 (55.1)	44 (29.9)	4 (2.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.77	0.693	มาก
8. บรรยากาศภายใน ศูนย์บริการ	11 (7.5)	78 (53.1)	49 (33.3)	7 (4.8)	2 (1.4)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.61	0.755	มาก
รวม								3.68	0.636	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด										
9. การให้ข่าวและ ประชาสัมพันธ์ แก่คณาจารย์	13 (8.8)	73 (49.7)	54 (36.7)	6 (4.1)	1 (0.7)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.62	0.734	มาก
10. การจัดโปรโมชั่น ในโอกาสพิเศษ	25 (17.0)	51 (34.7)	62 (42.2)	9 (6.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.63	0.838	มาก
11. การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขาย	22 (15.0)	51 (34.7)	61 (41.5)	12 (8.2)	1 (0.7)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.55	0.869	มาก
12. ระยะเวลาของ โปรโมชั่น	20 (13.6)	51 (34.7)	62 (42.2)	14 (9.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.52	0.847	มาก
รวม								3.57	0.658	มาก
ด้านบริการ										
13. ขั้นตอนการสมัคร โปรโมชั่นง่าย	20 (13.6)	51 (34.7)	67 (45.6)	9 (6.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	147 (100.0)	3.56	0.803	มาก
14. การชำระ ค่าบริการได้ หลายช่องทาง	22 (15.1)	82 (56.2)	32 (21.9)	9 (6.2)	1 (0.7)	1 (0.7)	147 (100.0)	3.79	0.798	มาก

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายเอไอเอส										
ความพึงพอใจของ ระบบเครือข่ายที่ใช้ ในปัจจุบัน	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
15. การให้บริการ รวดเร็ว	27 (18.6)	54 (37.2)	57 (39.3)	5 (3.4)	2 (1.4)	2 (1.4)	147 (100.0)	3.68	0.864	มาก
16. การให้บริการ ทาง Call center	20 (13.8)	48 (33.1)	64 (44.1)	9 (6.2)	4 (2.8)	2 (1.4)	147 (100.0)	3.49	0.906	มาก
17. การให้บริการ ภายในศูนย์บริการ	20 (13.8)	42 (29.0)	66 (45.5)	13 (9.0)	4 (2.8)	2 (1.4)	147 (100.0)	3.42	0.933	มาก
รวม								3.60	0.680	มาก

จากตารางที่ 4.24 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในระบบเครือข่าย เอไอเอสมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.89 โดยภายในกลุ่มมีความพึงพอใจในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกมากมาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมาคือ ด้านบริการเสริมพิเศษต่าง ๆ และเครือข่ายสัญญาณครอบคลุมพื้นที่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86 และ 3.78 ตามลำดับ

ส่วนด้านราคา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.68 และภายในกลุ่มอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ราคาส่งเสริมการขายเหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมการสมัครการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.69 และด้านค่าบริการเสริมพิเศษต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55

ด้านสถานที่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.68 และภายในกลุ่มอยู่ในระดับมากเช่นกัน ได้แก่ ที่ตั้งของศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.77 และบรรยากาศภายในศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61

ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57 โดยภายในกลุ่มอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ด้านของการจัดส่งเสริมขายในโอกาสพิเศษ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 ส่วนด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์แพ็คเกจ (Package) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมาการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามสถานที่ต่าง ๆ โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55 สำหรับความพึงพอใจที่อยู่ในลำดับสุดท้าย ได้แก่ ระยะเวลาการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52

สำหรับความพึงพอใจด้านการบริการที่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.60 และภายในกลุ่มอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยแบ่งออกเป็นอันดับแรก คือ การชำระค่าบริการได้หลายช่องทาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79 รองลงมาคือ การบริการที่รวดเร็วคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.68 ถัดไปเป็นขั้นตอนการสมัครการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.59 ส่วนการให้บริการทางศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) และการต้อนรับของพนักงานบริษัทภายในศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 และ 3.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความพึงพอใจในระบบเครือข่ายดีแทค

ระบบเครือข่ายดีแทค										
ความพึงพอใจของระบบเครือข่ายที่ใช้ในปัจจุบัน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แสดงความเห็น	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์										
1. ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกมากมาย	30 (22.4)	68 (50.7)	30 (22.4)	4 (3.0)	2 (1.5)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.90	0.834	มาก
2. บริการเสริมพิเศษต่าง ๆ	20 (14.9)	63 (47.0)	40 (29.9)	10 (7.5)	1 (0.7)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.68	0.846	มาก
3. เครือข่ายสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่	18 (13.5)	49 (36.8)	56 (42.1)	4 (3.0)	6 (4.5)	1 (0.7)	134 (100.0)	3.52	0.926	มาก
รวม								3.70	0.632	มาก
ด้านราคา										
4. ราคาโปรโมชั่นเหมาะสม	32 (23.9)	59 (44.0)	37 (27.6)	5 (3.7)	1 (0.7)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.87	0.848	มาก
5. ค่าบริการเสริมพิเศษต่าง ๆ	15 (11.2)	54 (40.3)	57 (42.5)	5 (3.7)	3 (2.2)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.54	0.828	มาก
6. ค่าธรรมเนียมการสมัครโปรโมชั่น	8 (6.0)	52 (38.8)	58 (43.3)	13 (9.7)	3 (2.2)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.37	0.828	มาก
รวม								3.59	0.653	มาก

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายดีแทค										
ความพึงพอใจของ ระบบเครือข่ายที่ใช้ใน ปัจจุบัน	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านสถานที่										
7. ที่ตั้งของ ศูนย์บริการ	12 (9.0)	65 (48.5)	50 (37.3)	7 (5.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.61	0.725	มาก
8. บรรยากาศภายใน ศูนย์บริการ	11 (8.4)	55 (42.0)	57 (43.5)	6 (4.6)	2 (1.5)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.51	0.778	มาก
รวม								3.55	0.681	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด										
9. การให้ข่าวและ ประชาสัมพันธ์ แก่ลูกค้า	12 (9.0)	63 (47.4)	52 (39.1)	4 (3.0)	2 (1.5)	1 (0.7)	134 (100.0)	3.59	0.759	มาก
10. การจัดโปรโมชั่น ในโอกาสพิเศษ	13 (9.7)	62 (46.3)	54 (40.3)	4 (3.0)	1 (0.7)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.61	0.735	มาก
11. การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขาย	10 (7.5)	46 (34.3)	69 (51.5)	8 (6.0)	1 (0.7)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.42	0.749	มาก
12. ระยะเวลาของ โปรโมชั่น	10 (7.5)	44 (32.8)	62 (46.3)	15 (11.2)	3 (2.2)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.32	0.855	ปานกลาง
รวม								3.48	0.565	มาก
ด้านบริการ										
13. ขั้นตอนการสมัคร โปรโมชั่นง่าย	23 (17.2)	50 (37.3)	55 (41.0)	6 (4.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.67	0.811	มาก
14. การชำระ ค่าบริการได้ หลายช่องทาง	15 (11.2)	77 (57.5)	33 (24.6)	8 (6.0)	1 (0.7)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.72	0.770	มาก
15. การให้บริการ รวดเร็ว	26 (19.4)	52 (38.8)	53 (39.6)	3 (2.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.75	0.789	มาก

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายดีแทค										
ความพึงพอใจของ ระบบเครือข่ายที่ใช้ใน ปัจจุบัน	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
16. การให้บริการ ทาง Call center	19 (14.4)	48 (36.4)	58 (43.9)	6 (4.5)	1 (0.7)	2 (1.5)	134 (100.0)	3.59	0.819	มาก
17. การให้บริการ ภายในศูนย์บริการ	18 (13.4)	47 (35.1)	58 (43.3)	9 (6.7)	2 (1.5)	0 (0.0)	134 (100.0)	3.52	0.865	มาก
รวม								3.64	0.674	มาก

จากตารางที่ 4.25 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในระบบเครือข่ายดีแทคมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.70 โดยในกลุ่มมีความพึงพอใจในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกมากมาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมา คือ ด้านบริการเสริมพิเศษต่าง ๆ และเครือข่ายสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.68 และ 3.52

ส่วนด้านราคา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.59 โดยความพึงพอใจด้านราคาส่งเสริมการขายเหมาะสม และค่าบริการเสริมพิเศษต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.87 และ 3.54 ส่วนค่าธรรมเนียมการสมัครการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37

ด้านสถานที่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55 โดยในกลุ่มอยู่ในระดับมากเช่นกัน ได้แก่ ที่ตั้งของศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 และ บรรยากาศภายในศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51

ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.48 โดยความพึงพอใจด้านการจัดส่งเสริมขายในโอกาสพิเศษ การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์แพ็คเกจ (Package) และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามสถานที่ต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 3.59 และ 3.42 ส่วนด้านระยะเวลาการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32

สำหรับความพึงพอใจด้านการบริการที่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64 และในกลุ่มอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยแบ่งออกเป็นอันดับแรก คือ การบริการที่รวดเร็ว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมาคือการชำระค่าบริการได้หลายช่องทาง ขั้นตอนการสมัครการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.72 และ 3.67 ถัดไปเป็นการให้บริการทางศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) และการบริการภายในศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.59 และ 3.52

ตารางที่ 4.26

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามความ พึงพอใจในระบบเครือข่ายทรูมูฟ

ระบบเครือข่ายทรูมูฟ										
ความพึงพอใจของระบบเครือข่ายที่ใช้ในปัจจุบัน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แสดงความเห็น	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์										
1. ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกมากมาย	32 (27.8)	61 (53.0)	20 (17.4)	2 (1.7)	0 (0.0)	1 (0.9)	116 (100.0)	4.07	0.722	มาก
2. บริการเสริมพิเศษต่าง ๆ	22 (19.3)	58 (50.9)	26 (22.8)	8 (7.0)	0 (0.0)	2 (1.7)	116 (100.0)	3.82	0.823	มาก
3. เครือข่ายสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่	18 (15.8)	40 (35.1)	35 (30.7)	18 (15.8)	3 (2.6)	2 (1.7)	116 (100.0)	3.46	1.023	มาก
รวม								3.79	0.670	มาก
ด้านราคา										
4. ราคาโปรโมชั่นเหมาะสม	31 (26.7)	48 (41.4)	37 (31.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	116 (100.0)	3.95	0.767	มาก
5. ค่าบริการเสริมพิเศษต่าง ๆ	11 (9.7)	42 (37.2)	48 (42.5)	12 (10.6)	0 (0.0)	3 (2.6)	116 (100.0)	3.46	0.813	มาก
6. ค่าธรรมเนียมการสมัครโปรโมชั่น	8 (7.0)	58 (50.4)	39 (33.9)	9 (7.8)	1 (0.9)	1 (0.9)	116 (100.0)	3.55	0.775	มาก
รวม								3.65	0.605	มาก

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายโทรมูฟ										
ความพึงพอใจของ ระบบเครือข่ายที่ ใช้ในปัจจุบัน	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านสถานที่										
7. ที่ตั้งของ ศูนย์บริการ	12 (10.4)	55 (47.8)	43 (37.4)	4 (3.5)	1 (0.9)	1 (0.9)	116 (100.0)	3.63	0.753	มาก
8. บรรยากาศภายใน ศูนย์บริการ	8 (7.0)	41 (35.7)	49 (42.6)	13 (11.3)	4 (3.5)	1 (0.9)	116 (100.0)	3.31	0.892	ปานกลาง
รวม								3.47	0.72	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด										
9. การให้ข่าวและ ประชาสัมพันธ์ แก่ลูกค้า	15 (13.0)	40 (34.8)	51 (44.3)	7 (6.1)	2 (1.7)	1 (0.9)	116 (100.0)	3.51	0.862	มาก
10. การจัดโปรโมชั่น ในโอกาสพิเศษ	15 (13.0)	51 (44.3)	41 (35.7)	7 (6.1)	1 (0.9)	1 (0.9)	116 (100.0)	3.63	0.821	มาก
11. การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขาย	17 (14.7)	44 (37.9)	41 (35.3)	11 (9.5)	3 (2.6)	0 (0.0)	116 (100.0)	3.53	0.946	มาก
12. ระยะเวลาของ โปรโมชั่น	17 (14.7)	39 (33.6)	46 (39.7)	11 (9.5)	3 (2.6)	0 (0.0)	116 (100.0)	3.48	0.946	มาก
รวม								3.52	0.708	มาก
ด้านบริการ										
13. ขั้นตอนการสมัคร โปรโมชั่นง่าย	17 (14.8)	54 (47.0)	35 (30.4)	8 (7.0)	1 (0.9)	1 (0.9)	116 (100.0)	3.68	0.843	มาก
14. การชำระ ค่าบริการได้ หลายช่องทาง	21 (18.4)	41 (36.0)	44 (38.6)	7 (6.1)	1 (0.9)	2 (1.7)	116 (100.0)	3.65	0.882	มาก
15. การให้บริการ รวดเร็ว	18 (15.8)	42 (36.8)	45 (39.5)	7 (6.1)	2 (1.7)	2 (1.7)	116 (100.0)	3.59	0.891	มาก

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายโทรพิมพ์										
ความพึงพอใจของ ระบบเครือข่ายที่ ใช้ในปัจจุบัน	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
16. การให้บริการ ทาง Call center	11 (9.6)	43 (37.7)	41 (36.0)	15 (13.2)	4 (3.4)	2 (1.7)	116 (100.0)	3.37	0.953	ปานกลาง
17. การให้บริการ ภายในศูนย์บริการ	10 (8.9)	36 (32.1)	52 (46.4)	11 (9.8)	3 (2.7)	4 (3.4)	116 (100.0)	3.35	0.877	ปานกลาง
รวม								3.51	0.729	มาก

จากตารางที่ 4.26 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในระบบเครือข่ายโทรพิมพ์มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79 โดยในกลุ่มมีความพึงพอใจในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกมากมาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาคือ ด้านบริการเสริมพิเศษต่าง ๆ และเครือข่ายสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.82 และ 3.46

ส่วนด้านราคา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.65 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ด้านราคาส่งเสริมการขายเหมาะสม ค่าธรรมเนียมการสมัครการส่งเสริมการขาย และค่าบริการเสริมพิเศษต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.95 3.55 และ 3.46

ด้านสถานที่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.47 โดยด้านที่ตั้งของศูนย์บริการ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 ส่วนบรรยากาศภายในศูนย์บริการ อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.31

ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ด้านการจัดส่งเสริมขายในโอกาสพิเศษ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามสถานที่ต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 และ 3.53 ถัดไปเป็นการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์แพ็คเกจ (Package) และระยะเวลาการส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 และ 3.48

สำหรับความพึงพอใจด้านการบริการที่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 โดยในกลุ่มมีความพึงพอใจในระดับอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครการส่งเสริมการขาย การชำระค่าบริการได้หลายช่องทาง และการบริการที่รวดเร็ว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.68 3.65 และ 3.59 ส่วนการให้บริการทางศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) และการบริการภายในศูนย์บริการอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37 และ 3.35

ตารางที่ 4.27

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความ พึงพอใจในระบบเครือข่ายอีที

ระบบเครือข่ายอีที										
ความพึงพอใจของ ระบบเครือข่ายที่ ใช้ในปัจจุบัน	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์										
1. ผลิตภัณฑ์มีให้ เลือกมากมาย	0 (0.0)	1 (33.3)	2 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.33	0.577	ปานกลาง
2. บริการเสริมพิเศษ ต่าง ๆ	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.00	1.000	ปานกลาง
3. เครือข่ายสัญญาณ ครอบคลุมทุกพื้นที่	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	3 (100.0)	2.33	1.528	น้อย
รวม								2.88	0.769	ปานกลาง
ด้านราคา										
4. ราคาโปรโมชั่น เหมาะสม	2 (66.7)	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	4.33	1.155	มากที่สุด
5. ค่าบริการเสริม พิเศษต่าง ๆ	1 (33.3)	0 (0.0)	2 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.67	1.155	มาก
6. ค่าธรรมเนียมการ สมัครโปรโมชั่น	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	4.00	1.000	มาก
รวม								4.00	1.000	มาก

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายอีทีซี										
ความพึงพอใจของ ระบบเครือข่ายที่ ใช้ในปัจจุบัน	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
ด้านสถานที่										
7. ที่ตั้งของ ศูนย์บริการ	0 (0.0)	1 (33.3)	2 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.33	0.577	ปานกลาง
8. บรรยากาศภายใน ศูนย์บริการ	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (33.3)	2 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	2.33	0.577	น้อย
รวม								2.83	0.288	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด										
9. การให้ข่าวและ ประชาสัมพันธ์ แก่ลูกค้า	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (66.7)	0 (0.0)	1 (33.3)	3 (100.0)	2.00	0.000	น้อย
10. การจัดโปรโมชั่น ในโอกาสพิเศษ	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.67	1.528	ปานกลาง
11. การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขาย	1 (33.3)	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (33.3)	3 (100.0)	4.00	1.414	มาก
12. ระยะเวลาของ โปรโมชั่น	1 (33.3)	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.33	1.528	ปานกลาง
รวม								3.58	1.282	ปานกลาง
ด้านบริการ										
13. ขั้นตอนการสมัคร โปรโมชั่นง่าย	0 (0.0)	1 (33.3)	2 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.33	0.577	ปานกลาง
14. การชำระ ค่าบริการได้ หลายช่องทาง	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	4.00	1.000	มาก
15. การให้บริการ รวดเร็ว	1 (33.3)	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.33	1.528	ปานกลาง

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ระบบเครือข่ายอีทีซี										
ความพึงพอใจของ ระบบเครือข่ายที่ ใช้ในปัจจุบัน	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่แสดง ความ คิดเห็น	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความหมาย
16. การให้บริการ ทาง Call center	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.00	1.000	ปานกลาง
17. การให้บริการ ภายในศูนย์บริการ	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3.00	1.000	ปานกลาง
รวม								3.33	0.945	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.27 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในระบบเครือข่าย อีทีซี มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.88 โดยความ พึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์มีให้เลือกมากมาย และ ด้านบริการเสริมพิเศษต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลางคิดเป็น ค่าเฉลี่ย 3.33 และ 3.00 ส่วนเครือข่ายสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่ อยู่ในระดับน้อย คิดเป็น ค่าเฉลี่ย 2.33

ส่วนด้านราคา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็น ค่าเฉลี่ย 2.88 โดยมีความพึงพอใจด้านราคาส่งเสริมการขายเหมาะสมในระดับมากที่สุด คิดเป็น ค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนค่าธรรมเนียมการสมัครการส่งเสริมการขาย และค่าบริการเสริมพิเศษต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก 4.00 และ 3.67

ด้านสถานที่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.47 โดยด้านที่ตั้งของศูนย์บริการอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 และบรรยากาศภายใน ศูนย์บริการ อยู่ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.33

ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.58 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตาม สถานที่ต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.00 ทางด้านการจัดส่งเสริมขายในโอกาสพิเศษ และระยะเวลา การส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.67 และ 3.33 ส่วนการให้ข่าวและ การประชาสัมพันธ์แพ็คเกจ (Package) อยู่ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.00

สำหรับความพึงพอใจด้านการบริการที่อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 โดยชำระค่าบริการได้หลายช่องทางอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.00 ส่วนความพึงพอใจในระดับ ปานกลาง ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครการส่งเสริมการขาย การบริการที่รวดเร็ว การให้บริการทางศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) และการบริการภายในศูนย์บริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 3.33 3.00 และ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28

แสดงจำนวนและร้อยละของความคาดหวังและข้อเสนอแนะที่กลุ่มตัวอย่าง
มีต่อในแต่ละระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคาดหวังและข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
<u>ระบบเครือข่ายเอไอเอส</u>		
1. <u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u>	6	4.1
- ต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโปรโมชั่นเพิ่มเติม		
- ต้องการคำที่นำเสนอต่อการเข้าใจ		
- ต้องการโปรโมชั่นที่มีวันใช้งานมากขึ้น		
- ต้องการโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าระบบแบบรายเดือนมากกว่านี้	1	0.7
2. <u>ด้านระบบการทำงาน</u>		
- ต้องการให้เพิ่มเติมประสิทธิภาพการทำงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้มากกว่านี้		
<u>ระบบเครือข่ายดีแทค</u>	6	4.5
1. <u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u>		
- ต้องการโปรโมชั่นที่มีวันใช้งานมากขึ้น		
- ต้องการให้เพิ่มสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าเก่ามากขึ้น	1	0.7
2. <u>ด้านการบริการ</u>		
- ต้องการให้พนักงานแนะนำโปรโมชั่นให้เหมาะสมกับผู้ใช้จริงของลูกค้า		

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ความคาดหวังและข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
<u>ระบบเครือข่ายทงูมูฟ</u>		
1. <u>ด้านผลิตภัณฑ์</u>		
- ต้องการปรับปรุงเรื่องเครือข่ายสัญญาณให้ครอบคลุมทุกพื้นที่โดยเฉพาะตามปริมาณพล	3	2.6
2. <u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u>		
- ต้องการโปรโมชั่นที่มีวันใช้งานมากขึ้น	5	4.3
- ต้องการให้เพิ่มสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าเก่ามากขึ้น		
- ต้องการโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าระบบแบบรายเดือนมากกว่านี้		
<u>ระบบเครือข่ายทงูมูฟ</u>		
1. <u>ด้านการบริการ</u>	6	4.2
- ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องการบริการทาง Call Center และศูนย์บริการ		
- ต้องการให้พนักงานพูดช้า ๆ เวลาแนะนำตัวผลิตภัณฑ์		
<u>ระบบเครือข่ายฮัทท์</u>	1	33.3
1. <u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u>		
- ต้องการโปรโมชั่นใหม่ ๆ ให้ดีเหมือนกันโปรโมชั่นเก่า		

หมายเหตุ: ผู้ตอบแต่ละคนสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อความ

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคาดหวังและความคิดเห็นในแต่ละระบบเครือข่าย โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 28 คน แบ่งเป็นระบบเอไอเอส 6 คน ดีแทค 7 คน ทงูมูฟ 14 คน และฮัทท์ 1 คน

ในระบบเครือข่ายเอไอเอสกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวัง เรื่องการส่งเสริมการขาย ด้านการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการส่งเสริมการขาย เนื่องจากเอไอเอสมีการออกแพ็คเกจ (Package) ค่อนข้างเยอะ บางครั้งผู้ใช้บริการจึงไม่เข้าใจในรายละเอียดของแต่ละแพ็คเกจ รวมถึงการใช้ค่า

โฆษณาที่ยากเกินไป ทำให้ผู้ใช้บริการไม่เข้าใจในความหมาย อีกทั้งต้องการให้เพิ่มเติมโปรโมชั่น (Promotion) ที่มีวันใช้งานเยอะ ๆ รวมถึงโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าระบบแบบรายเดือนมากกว่านี้ โดยมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 และยังมีความคาดหวังเรื่องระบบการทำงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการให้เพิ่มเติมประสิทธิภาพการทำงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้มากกว่านี้ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

ด้านระบบเครือข่ายดีแทคกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังเรื่องการส่งเสริมการขายในเรื่อง ต้องการโปรโมชั่นที่มีวันใช้งานมากขึ้น และต้องการให้เพิ่มสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าเก่ามากขึ้น มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 รวมถึงมีความคาดหวังด้านการบริการของพนักงานถึงการแนะนำโปรโมชั่นให้เหมาะสมกับผู้ใช้จริงของลูกค้า จำนวนทั้งหมด 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

สำหรับเครือข่ายทรูมูฟกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง ปรับปรุงเรื่องเครือข่าย สัญญาณให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยเฉพาะตามบริเวณทล มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 และการส่งเสริมการขายเรื่องต้องการโปรโมชั่นที่มีวันใช้งานเยอะ ๆ เพิ่มสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าเก่า และโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าระบบแบบรายเดือนมากขึ้น มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 รวมถึงด้านการบริการในเรื่องของ การบริการของศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) และการบริการภายในศูนย์บริการ และการแนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทควรให้พนักงานอธิบายให้ผู้ใช้บริการฟังอย่างชัดเจน มีจำนวน 6 คิดเป็นร้อยละ 4.2

ส่วนระบบเครือข่ายฮัทซึกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังด้านการส่งเสริมการขายในเรื่อง การออกไปโมชันใหม่กับโปรโมชั่นเก่า ควรให้สิทธิประโยชน์กับผู้ใช้บริการเหมือน ๆ กัน มีจำนวน 1 คิดเป็นร้อยละ 33.3