

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ช่องทางการเติมเงิน
ของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

Study on the factors affecting consumer's selecting for
the money refill channel – prepaid mobile phone

ชื่อผู้เขียน

กนิษฐกานต์ ภัทรากร

ข้อคิดเห็น[N1]: พิมพ์คำนำหน้านาม

Kanittakan Pattarakorn

ข้อคิดเห็น[N2]: พิมพ์คำนำหน้านาม

แผนกวิชา/คณะ

สาขาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

พันโท รองศาสตราจารย์ ดร. เศรษฐพงศ์ มะลิสวรรณ

ปีการศึกษา

2550

ข้อคิดเห็น[N3]: ให้พิมพ์ปีการศึกษาที่ทำงาน
วิจัย (ไม่ใช่ปี พ.ศ.)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้ช่องทางการเติมเงินของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินในเขตกรุงเทพมหานครและเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการผ่านช่องทางการเติมเงินของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็นในการเลือกใช้ช่องทางการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบระบบเติมเงิน ส่วนที่3 เป็นการให้ความสำคัญของการใช้บริการช่องทางการเติมเงินของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบระบบเติมเงินผ่านในด้านส่วนผสมทางการตลาด และส่วนที่4 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้บริการการเติมเงินของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบระบบเติมเงินผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรม SPSS ในการคำนวณหาค่าทางสถิติใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้ทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินที่ตอบแบบสอบถามในเขตกรุงเทพมหานครมีทั้งสิ้น 400 คน โดยส่วนมากเป็นผู้หญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จบการศึกษา

ปริญญาตรี มีรายได้รวมต่อเดือนระหว่าง 10,000 ถึง 20,000 บาท และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ทางด้านพฤติกรรมการใช้บริการการเติมเงิน ส่วนมากเป็นผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบแอสปี ระยะเวลาใช้งานตั้งแต่ 1 ถึง 2 ปี โดยเฉลี่ยเติมเงิน 1 ครั้งต่อเดือน เลือกเติมเงินเป็นจำนวนระหว่าง 201 ถึง 300 บาทต่อครั้ง โดยจะเหลือเงินในระบบก่อนการเติมเงินจำนวนระหว่าง 0 ถึง 100 บาท ซึ่งตัวผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินจะเป็นผู้เติมเงินเอง เลือกเติมเงินในช่วงเวลาตั้งแต่ 18.01 ถึง 23.59 นาฬิกา และเลือกเติมผ่านบัตรเติมเงินมากที่สุด ส่วนด้านให้ความสำคัญส่วนผสมการตลาดต่อการเลือกใช้ช่องทางการเติมเงิน พบว่าผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินให้ความสำคัญในเรื่องวิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้และมีโปรโมชันจูงใจในการเติมเงิน เช่น เพิ่มจำนวนเงิน หรือวัน ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้ช่องทางการเติมเงินของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมากคือสามารถเติมเงินได้ตลอดเวลา สามารถใช้บริการเพื่อเติมเงินได้รวดเร็ว ทันใจ สามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้ ไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการเติมเงิน สามารถเติมเงินได้ด้วยตัวเอง สามารถหาที่เติมเงินได้ง่าย มีบริการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดปัญหาจากการเติมเงิน และมีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเมื่อใช้บริการ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้ช่องทางการเติมเงินของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินปานกลางคือมีวิธีการเติมเงินที่ทันสมัย มีเจ้าหน้าที่ให้บริการและคำแนะนำในการเติมเงิน มีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางการเติมเงินในแหล่งชุมชนและมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยขอเสนอแนะให้มีการวิจัยกว้างขวางและเป็นไปในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น ส่วนข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยเพื่อที่จะปรับปรุงแก้ไขให้กับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน ควรจะมีการทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อรักษาสถานลูกค้า เป็นการให้โบนัสพิเศษในการเติมเงินของลูกค้า มีการเพิ่มบริการพิเศษเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์ให้กับผู้ใช้บริการ จากการวิจัยยังพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ยังเลือกใช้ช่องทางบัตรเติมเงินในการใช้บริการเติมเงิน ดังนั้นผู้ให้บริการควรทำการศึกษาเพื่อพัฒนาให้ผู้ใช้บริการมีการเลือกใช้ช่องทางการเติมเงินอื่นๆ มากขึ้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องวิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินทางผู้ให้บริการจึงควรมีการพัฒนาและสร้างความมั่นใจในการให้บริการช่องทางเติมเงินในช่องทางอื่นๆ กับผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ผู้ให้บริการควรมีกิจกรรมพิเศษเพื่อรักษาสถานลูกค้าและจงรักภักดีในการใช้บริการเครือข่ายนั้น จำเป็นจะต้องมีการใช้กิจกรรมทางการตลาดให้การให้

โปรโมชั่นพิเศษ เพื่อเป็นการคืนกำไรให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งจะช่วยให้ภาพลักษณ์ในการให้บริการของ
ผู้ให้บริการดีขึ้น