

บรรณานุกรม

- กมล ชัยวัฒน์. 2551. **การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด**. แปลจาก Advertising and Promotion :An Integrated Marketing Communication Perspective 7/e โดย George E. Belch, Michael A. Belch. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- “การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)”. 2552. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.drmanage.com/index.php?lay=show&ac=article &Id=312027&Ntype=3> (5 พฤษภาคม 2552).
- กิตติศักดิ์ ลำดี. 2549. “ธุรกิจมือถือ.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.dpu.ac.th/laic/page.php?id=6239> (20 สิงหาคม 2552).
- เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว. 2551. “เศรษฐกิจมือถือ” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.newswit.com/news/2008-04-09/0431-7c667feeb9ba589579b58e9301d59570> (26 สิงหาคม 2552).
- เกษชฌย สกาวรัตนานนท์. 2551. **แนวโน้มตลาดมือถือ**. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. 2549. “แฮปปี้ปี๋ขึ้นเครือข่ายค้าปลีก เดิมเงินมือถือ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.ntc.or.th/index.php?option=com_content&task=view&id=3249&Itemid=151 (2 มีนาคม 2552).
- จุลวิทย์ ปัตเมฆ. 2548. **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)**: กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ัชชาวล ชิดชัยมงคล. 2545. **กลยุทธ์การตลาดเทคโนโลยีระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเดิมเงินของผู้ให้บริการในประเทศไทย**: การวิจัยเฉพาะกรณี ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิสา อมรชัญญาสร. 2553. “เอไอเอส ชูจุดแข็งดูแลลูกค้า”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.ryt9.com/s/prg/799836> (3 สิงหาคม 2552).
- ฐานเศรษฐกิจ. 2550. “ระเบิดสงครามช่องทางเดิมเงินมือถือเอไอเอส/ดีแทค/ทรูมูฟโฟกัสทั่วทุกจุด”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://news.sanook.com/technology/technology_101310.php (2 มีนาคม 2552).
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2551. “ข่าววงการไอทีทั่วโลก” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.settrade.com/login.jsp?txtBrokerId=IPO> (16 สิงหาคม 2552).

- ไตรรงค์ พุทธจรรยาเวช. 2551. **ความคิดเห็นของตัวแทนจำหน่ายรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ของบริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบวันทูคอล:** เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไทยรัฐ. 2552. “ดีแทค เอาใจคนขายแอปออนไลน์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.thairath.co.th/news.php?section=technology03d&content=89731> (2 มีนาคม 2552).
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ, อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า, อุไรวรรณ เข้มนิยม, ยุทธนา ธรรมเจริญ, ยงยุทธ พงศ์ศิริพันธ์. 2547. **การจัดการตลาด.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น กรุ๊ป.
- ธนา เขียวอัจฉริยะ. 2550. **Happy คนพลิกแบรนด์ แรนด์พลิกคน.** กรุงเทพฯ: มติชน.
- ศิริพันธ์ โล่ห์ทองคำ. 2545. “การตลาดโดยตรง (Direct Marketing)”. **นิตยสาร Brand Age**. 3, 8: 98-99.
- บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). 2552. “ข่าว – กิจกรรม”. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา http://www.truecorp.co.th/tha/news/news_detail.jsp?id=67 (22 เมษายน 2552).
- บริษัท โทเทิลแอนด์เซิส คอมมูนิเคชั่น จำกัด(มหาชน). 2550. “รายงานประจำปี 2550”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.listedcompany.com/ir/dtac/misc/ar/dtacAR2550th.pdf> (2 มีนาคม 2552).
- _____. 2553. “แนวคิดของระบบไอทียุคใหม่”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.dtac.co.th/tha/about/index.html>. (26 สิงหาคม 2552).
- บิสิเนสไทย. 2553. “ธุรกิจมือถือสมัยใหม่”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.arip.co.th/businessnews.php?id=414738>. (4 สิงหาคม 2552).
- บุญชม ศรีสะอาด. 2528. **การวิจัยเบื้องต้น.** มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิบูล ทีปะปาล. 2546. **การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management.** กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- พิศพิมล ไชยประยูร. 2547. **พฤติกรรมการเติมเงินและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกวิธีเติมเงินของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ วัน-ทู-คอล ในกรุงเทพมหานคร:** กรุงเทพฯ: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รติรส สัมพันธ์. 2547. **พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบการชำระค่าบริการล่วงหน้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วัชร ก้องสุรินทร์. 2548. **ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงินอัจฉริยะ ของบริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น.** ขอนแก่น: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- วิวัฒน์ กิตติพรพานิช. 2546. การรับรู้สื่อโฆษณาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อ
การโฆษณาของผู้ให้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. การบริหารยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. 2541. กลยุทธ์การตลาด
การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. 2549. Practical IMC การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานภาคปฏิบัติ. พิมพ์
ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: พิมพ์ศ พรินติ้ง เซ็นเตอร์.
- สุภาภรณ์ ปาลี. 2550. ปัจจัยการตลาดในการรักษากลุ่มค่าให้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง : กรณีศึกษา
โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน (Prepaid) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. เชียงราย :
การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- สุวัฒน์ ศิริรินทร์. 2551. MBA HANDBOOK. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ซี แอนด์ เอ็น.
- “สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การบริหารการตลาด”. [ระบบออนไลน์]
แหล่งที่มา http://www.sme.go.th/cms/c/journal_articles/view_article_content?article_id=VC05-03-C05&article_version=1.0 (5 พฤษภาคม 2552).
- อรอุมา บัวสง่า. 2547. กลยุทธ์การตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า.
เชียงใหม่ : การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อุทิศ ศิริวรรณ. 2549. การจัดการตลาด. แปลจาก Marketing Management An Asian Perspective
โดย Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Swee Hoon Ang, Meng Leong, Chin Tiong Tan.
กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- First mobile. 2551. “แอปปี ขึ้นแท่นผู้นำตลาดบริการเติมเงิน ชูจุดขาย “ที่สุดแห่งความไวรัล” ”.
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.firstmobilemags.com/webboard/index.php?topic=18.0> (2 มีนาคม 2552).
- Kotler, P. 1994. Marketing management. 11th ed. New Jersey: Pearson Education.
- Marketeer. 2551. “วิธีเติมเงินแบบ แอปปี” . [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=6289 (2 มีนาคม 2552).
- Mxphone. 2549. “แอปปี – ขายสี่หมื่นก็รวย และร้านต่ำกว่า 45,000 แห่ง ผนึกกำลังขยายจุดเติมเงิน
“แอปปีออนไลน์” ทั่วประเทศ” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.mxphone.com/show.php?no=1561> (2 มีนาคม 2552).

- Pantip.com. 2550. “เติมเงิน Happy ได้วันเพิ่ม 2 เท่า ช่วงสงกรานต์นี้ ตั้งแต่ 9-16 เม.ย.50”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://topicstock.pantip.com/mbk/topicstock/2007/04/T5303752/T5303752.html> (2 มีนาคม 2552).
- Positioningmag. 2551. “แฮปปี้ออนไลน์ สาดทองรับสงกรานต์ แจกทองทุกวัน รวม 2,000 เส้น มูลค่ากว่า 7 ล้านบาท”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=68503> (2 มีนาคม 2552).
- Telecom Journal . 2549. “ดีแทคปฎิกรรภิงแฮปปี้ออนไลน์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.ntc.or.th/index.php?option=com_content&task=view&id=3065&Itemid=208 (2 มีนาคม 2552).
- Thaimobile center. 2553. “ธุรกิจมือถือ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.thaimobilecenter.com/promotion/promotion_news_detail.asp?nid=55. (2 สิงหาคม 2552).

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เลขที่แบบสอบถาม

--	--	--

แบบสอบถาม

เรื่อง การประเมินผลกลยุทธ์การตลาดของผู้ให้บริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่
ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยจะศึกษาถึงเรื่อง การประเมินผลกลยุทธ์การตลาดของผู้ให้บริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ และขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์การตลาด

ส่วนที่ 3 สอบถามปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะของผู้ให้บริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 21 ปี

☐ 21 – 25 ปี

☐ 26 – 30 ปี

☐ 31 – 35 ปี

☐ 36 – 40 ปี

☐ 41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ☐ มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
☐ อนุปริญญา / ปวส. ☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี ☐ อื่นๆ.....

4. ตำแหน่งในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ☐ เจ้าของร้าน ☐ ผู้จัดการร้าน
☐ พนักงานภายในร้าน ☐ อื่นๆ.....

5. ท่านให้บริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ หน่วยเติมเงิน วัน ทุก คอล ☐ แอปพลิเคชัน
☐ โมบายท็อปปัฟ ☐ อื่นๆ.....

6. ยอดการซื้อค่าโทรไว้เพื่อขายหน่วยเติมเงิน วัน ทุก คอล ของท่านต่อครั้ง

- ☐ ไม่เกินหรือเท่ากับ 1,000 บาท ☐ 1,001 – 2,000 บาท
☐ 2,001 – 3,000 บาท ☐ 3,001 – 4,000 บาท
☐ 4,001 – 5,000 บาท ☐ มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป

7. ยอดการซื้อค่าโทรไว้เพื่อขายแอปพลิเคชัน ของท่านต่อครั้ง

- ☐ ไม่เกินหรือเท่ากับ 1,000 บาท ☐ 1,001 – 2,000 บาท
☐ 2,001 – 3,000 บาท ☐ 3,001 – 4,000 บาท
☐ 4,001 – 5,000 บาท ☐ มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป

8. ยอดการซื้อค่าโทรไว้เพื่อขายโมบายท็อปปัฟ ของท่านต่อครั้ง

- ☐ ไม่เกินหรือเท่ากับ 1,000 บาท ☐ 1,001 – 2,000 บาท
☐ 2,001 – 3,000 บาท ☐ 3,001 – 4,000 บาท
☐ 4,001 – 5,000 บาท ☐ มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป

9. ช่องทางการซื้อค่าโทร หน่วยเติมเงินวันทุกคอลไว้เพื่อขาย

- ☐ พนักงานขาย ☐ ร้านสะดวกซื้อ 7-eleven
☐ ธนาคาร ☐ อินเทอร์เน็ต
☐ ไปซื้อกับผู้จัดการขายเอง ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

10. ช่องทางการซื้อค่าโทร แอปพลิเคชันไว้เพื่อขาย

- ☐ พนักงานขาย ☐ ร้านสะดวกซื้อ 7-eleven
☐ ธนาคาร ☐ อินเทอร์เน็ต
☐ ไปซื้อกับผู้จัดการขายเอง ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

11. ช่องทางการซื้อค่าโทร โบนัสท็อปปอัพไว้เพื่อขาย

- ☐ พนักงานขาย
- ☐ ร้านสะดวกซื้อ 7-eleven
- ☐ ธนาคาร
- ☐ อินเทอร์เน็ต
- ☐ ไปซื้อกับผู้จัดการขายเอง
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

12. ยอดการให้บริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หน่วยเติมเงิน วัน ทุกรูดของท่านต่อเดือน

- ☐ ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- ☐ 10,001 – 20,000 บาท
- ☐ 20,001 – 30,000 บาท
- ☐ 30,001 – 40,000 บาท
- ☐ 40,001 – 50,000 บาท
- ☐ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

13. ยอดการให้บริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แอปปีออนไลน์ของท่านต่อเดือน

- ☐ ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- ☐ 10,001 – 20,000 บาท
- ☐ 20,001 – 30,000 บาท
- ☐ 30,001 – 40,000 บาท
- ☐ 40,001 – 50,000 บาท
- ☐ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

14. ยอดการให้บริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โบนัส ท็อปปอัพท่านต่อเดือน

- ☐ ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- ☐ 10,001 – 20,000 บาท
- ☐ 20,001 – 30,000 บาท
- ☐ 30,001 – 40,000 บาท
- ☐ 40,001 – 50,000 บาท
- ☐ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

15. ท่านเป็นผู้ให้บริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทใด

- ☐ ร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
- ☐ ร้านค้าทั่วไป
- ☐ บุคคล
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 สอบถามปัจจัยกลยุทธ์การตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่มีความเหมาะสมเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

กลยุทธ์การตลาด	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 การสมัครเป็นผู้ให้บริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถทำได้ง่าย					
1.2 การเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ใช้เงินลงทุนน้อยกว่าการจำหน่ายบัตรเติมเงิน					
1.3 การเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความปลอดภัยมากกว่าการเติมเงินผ่านบัตรเติมเงิน					
2. กลยุทธ์ด้านราคา					
2.1 การเติมเงิน โดยการกำหนดราคาขายเอง ช่วยอำนวยความสะดวกในการเติมเงินให้กับท่าน					
2.2 การเติมเงิน โดยมีเมนูกำหนดราคาขาย ช่วยอำนวยความสะดวกในการเติมเงินให้กับท่าน					
2.3 การกำหนดราคาขายขั้นต่ำที่น้อยกว่าบัตรเติมเงินมีผลต่อการเติมเงินของลูกค้า					
2.4 การให้สินเชื่อก่อนเงินสด หรือการให้เครดิต มีผลต่อการซื้อค่าโทรไว้เพื่อขายของท่าน					
3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1 การเติมเงินผ่านพนักงานขาย ช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อค่าโทรไว้เพื่อขาย					

กลยุทธ์การตลาด	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
3.2 การเติมเงินผ่านร้านสะดวกซื้อ ช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อค่าโทรไว้เพื่อขาย					
3.3 การเติมเงินผ่านธนาคาร ช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อค่าโทรไว้เพื่อขาย					
3.4 การเติมเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อค่าโทรไว้เพื่อขาย					
4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 การส่งเสริมการขายโดย ให้มีกำไรเพิ่มขึ้น มีผลต่อการซื้อค่าโทรไว้เพื่อขายของท่าน					
4.2 การส่งเสริมการขายโดยให้ของแถม มีผลต่อการซื้อค่าโทรไว้เพื่อขายของท่าน					
4.3 การโฆษณา โดยใช้สื่อสำหรับตกแต่งร้านของท่าน เช่น ป้ายผ้า ธงราว มีผลต่อการเติมเงินของลูกค้า					
4.4 การโฆษณา โดยการแจกสื่อ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว มีผลต่อการเติมเงินของลูกค้า					
5. กลยุทธ์ด้านบุคคลากร					
5.1 พนักงานขาย ให้คำปรึกษา คำแนะนำ เกี่ยวกับการเติมเงินให้กับท่าน					
5.2 พนักงานขาย ให้ข้อมูลการขาย ให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการเติมเงินให้กับท่าน					
5.3 มีพนักงานขายเข้าเยี่ยมและเติมเงินให้กับท่าน อย่างสม่ำเสมอ อำนวยความสะดวกในการเติมเงินให้กับท่าน					

กลยุทธ์การตลาด	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
6. กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ					
6.1 การเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ช่วยลดความผิดพลาดและระยะเวลาในการให้บริการลูกค้าของท่าน					
6.2 การเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถให้บริการลูกค้าของท่านได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
6.3 การเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถใช้งานได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว					
7. กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพ					
7.1 การตกแต่งร้านค้าของท่าน ช่วยดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ					
7.2 ร้านของท่านมีการตกแต่งด้วยสัญลักษณ์การเติมเงินฯ ช่วยดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ					
7.3 ร้านของท่านมีที่จอดรถไว้อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ					

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่มีความเหมาะสมเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

1. ท่านเคยประสบปัญหาต่อไปนี้ จากการให้บริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับใด

ปัญหา	ระดับของปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. มีปัญหาในการติดต่อกับคอลเซนเตอร์ กรณีที่ต้องการความช่วยเหลือ					
2. ได้รับบริการที่ไม่สุภาพจากคอลเซนเตอร์					
3. มีความล่าช้าในการแก้ปัญหาในเรื่องของการเติมเงินจากคอลเซนเตอร์					
4. คอลเซนเตอร์ไม่สามารถแก้ปัญหาเกี่ยวกับการเติมเงินได้					
5. กรณีที่เติมเงินผิดเลขหมายและได้แจ้งคอลเซนเตอร์ไปแล้วแต่ไม่ได้รับเงินคืน					
6. กรณีที่เติมเงินผิดเลขหมายและได้แจ้งคอลเซนเตอร์ไปแล้วแต่ได้รับเงินคืนช้า					
7. ระบบมีปัญหาในขณะให้บริการเติมเงินให้กับลูกค้า					
8. ระบบปิดให้บริการโดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า					
9. หลังจากทำการเติมเงินให้ลูกค้าท่านไม่ได้รับข้อความใดๆตอบกลับ					
10. หลังจากทำการเติมเงินให้ลูกค้าท่านได้รับข้อความตอบกลับซ้ำกันหลายๆครั้ง					

2. ท่านต้องการให้มีการสนับสนุนจากบริษัทผู้ให้บริการต่อการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะของผู้ท่านที่มีต่อการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์

.....

3.2 ด้านราคา

.....

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

.....

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

.....

3.5 ด้านบุคลากร

.....

3.6 ด้านกระบวนการให้บริการ

.....

3.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

.....

3.8 อื่นๆ

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

ประวัติผู้ศึกษา



ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล	นายโอรส เรือนตัน
เกิดเมื่อ	14 กรกฎาคม 2516
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เกียรตินิยมอันดับ 2 สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พิษณุโลก
ประวัติการทำงาน	ผู้ช่วยผู้จัดการ บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

