

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจ การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความรุนแรงมากขึ้น ผู้ให้บริการ ต่างใช้กลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อดึงลูกค้าให้มาใช้บริการของตนมากที่สุดซึ่งนำไปสู่การแข่งขัน ทางด้านราคา และ เกิดเป็นสงครามราคาขึ้นในที่สุด ส่งผลให้มีผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และ เป็นสาเหตุให้ ผู้ใช้ บริการ พร้อมที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ให้บริการที่ให้โปรโมชั่นการโทรต่ำสุด เช่นกัน ดังจะเห็นได้จากตารางแสดงจำนวนลูกค้าที่สมัครขอใช้บริการและยกเลิก การใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อน ที่ในระบบเดิมเงิน ในช่วงที่มีการแข่งขันด้านราคา คือช่วง เดือนมกราคม ถึง เมษายน ปี พ.ศ. 2548

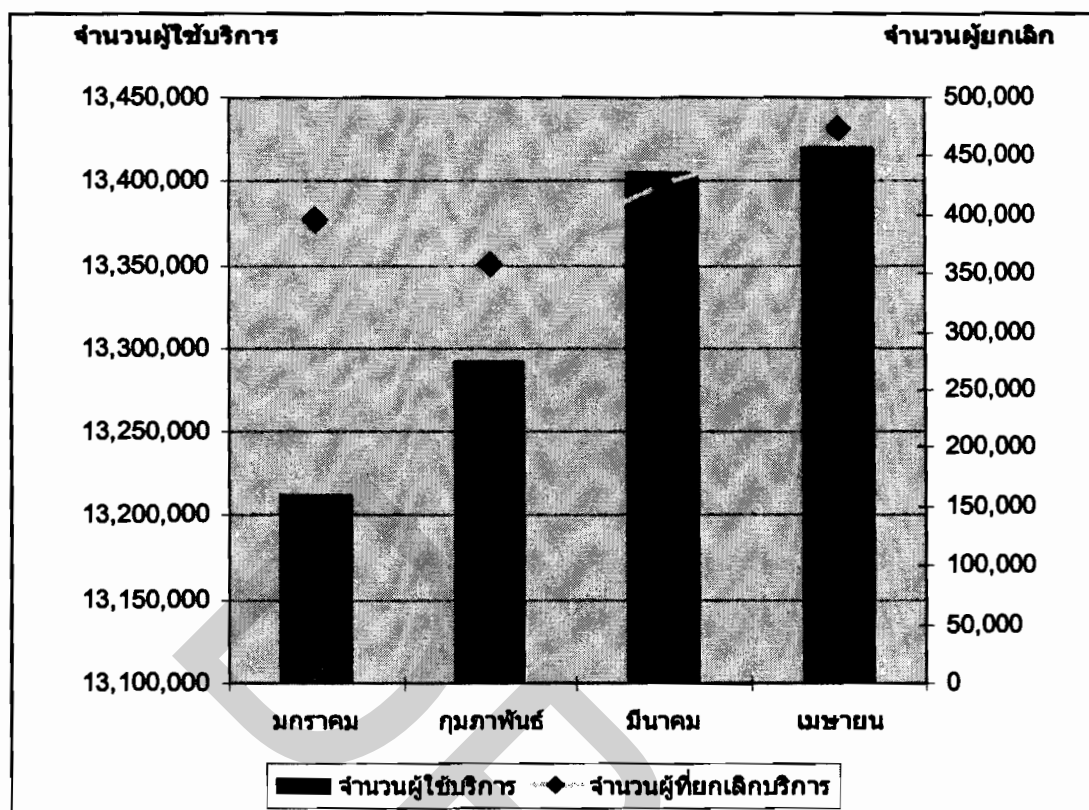
ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนผู้ใช้และยกเลิกบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเดิมเงินของบริษัท AIS

(หน่วย: คน)

เดือน	จำนวนผู้ใช้บริการ	จำนวนผู้ที่ยกเลิกบริการ
มกราคม	13,211,299	396,763
กุมภาพันธ์	13,292,790	357,969
มีนาคม	13,405,234	426,411
เมษายน	13,419,584	473,168

ที่มา: รายงานประจำเดือนของบริษัท AIS ปี 2548

จากการแข่งขันทางด้านราคานี้เอง ส่งผลให้ผู้ให้บริการต่างๆ เริ่มประสบภาวะรายได้ลดลง เนื่องจากมีการลดราคาค่าใช้บริการอย่างรวดเร็วทำให้รายได้กลับลดลงถึงแม้จะมีผู้ใช้ บริการ เพิ่มขึ้นก็ตาม และถึงแม้การลดราคา จะสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าได้ แต่ก็ก็เป็นเพียงการเข้ามาใช้บริการเพียงระยะหนึ่งเท่านั้น แต่เมื่อใดก็ตามที่มีผู้ให้บริการที่สามารถลดราคาได้ถูกกว่า หรือ มีข้อเสนอที่ดีกว่า ผู้ใช้บริการ ก็ยินดีเปลี่ยนไปใช้บริการ จากผู้ให้บริการรายใหม่ได้อย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกัน ซึ่งสามารถแสดงได้จากภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.1 แสดงจำนวนผู้ใช้บริการ และจำนวนผู้ขอยกเลิกบริการเพื่อเปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น อันเป็นผลจากการแข่งขันด้านราคาในปี 2548

ที่มา: รายงานประจำเดือนของบริษัท AIS ปี 2548

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการเพิ่มจำนวนลูกค้าด้วยการลดราคา ไม่สามารถทำให้รายได้ของผู้ให้บริการ สูงขึ้นอย่างถาวร บางครั้งอาจทำให้ขาดทุนด้วยซ้ำ การที่จะทำให้ผู้ใช้บริการ เกิดความประทับใจและอยู่ใช้บริการในเครือข่ายของคนให้นานที่สุด จะเป็นการสร้างรายได้ให้กับบริษัท อย่างยั่งยืนมากกว่า โดยในปัจจุบัน ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการบางส่วนไม่ต้องการ เปลี่ยน ผู้ให้บริการ เนื่องจาก การเปลี่ยนผู้ให้บริการ ข้อมหมายถึงการเปลี่ยน / ยกเลิกเบอร์โทรฯ เดิม เพื่อมาใช้เบอร์โทรฯ ของผู้ให้บริการรายใหม่ ทำให้ผู้ใช้บริการที่ไม่ต้องการเปลี่ยนหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ จึงไม่ยอมเปลี่ยนผู้ให้บริการ เพราะไม่ต้องการแจ้งผู้ต้องการติดต่อว่า ตัวเองเปลี่ยนเบอร์ หรือบางคนก็รู้สึกผูกพันกับเบอร์เดิมมากกว่า ดังนั้น หมายเลขโทรศัพท์หมายเลขเดิมจึงเปรียบเป็นปัจจัยหนึ่งในการดึงดูดค่าให้อยู่ใช้บริการในระบบได้

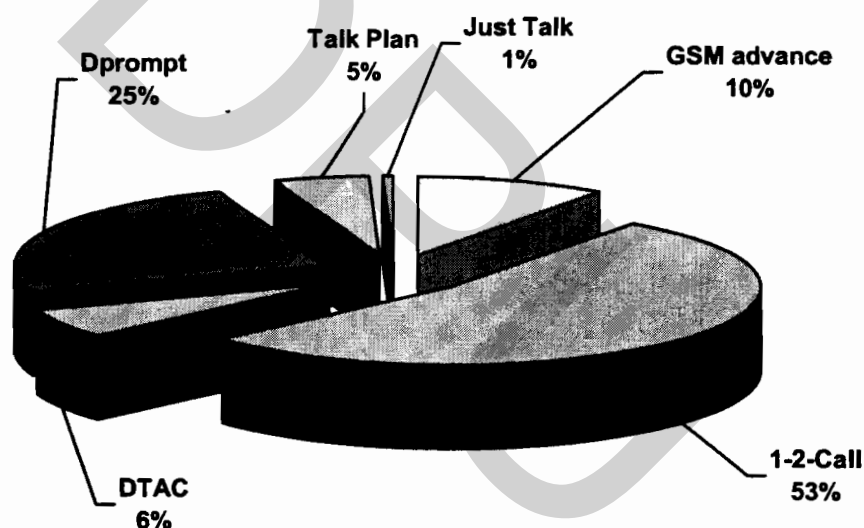
อีกปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลต่อการเปลี่ยนผู้ให้บริการของลูกค้า ซึ่งจะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ นี้คือการผลักดันของรัฐบาล ให้ประเทศไทยมีมือถือเบอร์เดียวทุกระบบ (Mobile Number Portability) หรือ MNP ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องสำคัญ เพราะจะเป็นการพัฒนาบริการโทรคมนาคมครั้ง

ใหญ่ เช่นเดียวกับการ ปลด ล็อก รหัสประจำเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรืออิมี่ ส่งผลให้ธุรกิจ โทรคมนาคมตื่นตัว และราคาโทรศัพท์ถูกลง

ดังนั้น การปรับให้มีมือถือเบอร์เดียวโทรได้ทุกระบบก็เช่นเดียวกัน ทำให้ผู้ใช้บริการมีอิสระ ในการเลือกใช้ระบบใดก็ได้ ด้วยเบอร์เดียว ผู้บริโภคได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประชาชนมีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น และอาจส่งผลให้ผู้ใช้บริการ ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการมากขึ้น

กรณีศึกษานี้ จึงเกิดขึ้นเพื่อวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเฉพาะระบบเดิมเงิน ซึ่งเป็นฐานลูกค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุด ประมาณ 80% ของตลาดผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่

Market Share ในตลาดการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประเทศไทย ปี 2546



ภาพที่ 1.2 แสดงส่วนแบ่งตลาดผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่

ที่มา: รายงานประจำปี 2546 บริษัทแอ็ดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

จากรูปจะสังเกตว่า เอไอเอส เป็นผู้นำในฐานะผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ รายใหญ่ ของประเทศ โดยมีผู้ใช้บริการของ เอไอเอส รวมแล้วคิดเป็น 63% (GSM Advance และ 1-2-Call!) ของตลาด โดย ดีแทค มีส่วนแบ่งการตลาดใหญ่เป็นลำดับ 2 รองจาก เอไอเอส

หากรวมจำนวนผู้ใช้บริการทั้ง เอไอเอส และ ดีแทค พบว่ามีส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 90% นอกนั้นเป็นของผู้ให้บริการรายใหม่ อย่าง ออเรน แล ฮัทช์

จากความสำคัญและเหตุการณ์ข้างต้น นำไปสู่การศึกษาค้นคว้าในงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เพื่อทำการวิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางการรักษาลูกค้าเดิมให้คงอยู่กับบริษัทต่อไป ซึ่งจะมุ่งเน้นในส่วนของการเสนอการให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ รูปแบบใหม่ ที่มีผลช่วยให้ลูกค้าเกิดต้นทุนในการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ ทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนผู้ให้บริการได้อย่างง่าย ๆ

1.2 ประเด็นปัญหา

จากการแข่งขันทางด้านราคาในปัจจุบันและการที่รัฐบาลผลักดัน ให้ประเทศไทยเกิดรูปแบบการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบใหม่ คือ มือถือเบอร์เดียวทุกระบบ (Mobile Number Portability) หรือ MNP ในอนาคต ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการมีอิสระ ในการเลือกใช้ระบบใดก็ได้ ด้วยเบอร์เดียว ผู้บริโภคได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประชาชนมีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น ทำให้ในภาพรวมแล้วน่าจะเป็นผลดีต่อผู้ใช้บริการ แต่สำหรับผู้ให้บริการแล้ว ยังทวีความเข้มข้นของการแข่งขัน ทั้งด้านการให้บริการและราคา เพื่อที่จะรักษาลูกค้าให้ใช้บริการมากที่สุด

ดังนั้นประเด็นปัญหาที่สนใจในกรณีนี้คือ

1. มีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเดิมเงินตัดสินใจเปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น
2. มีปัจจัยใดบ้างที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเดิมเงิน ในการเปลี่ยนใจ ไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น

1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

จากประเด็นปัญหาดังที่ได้กล่าวไว้แล้วนั้น จึงเป็นที่มาของการศึกษานี้ โดยมีวัตถุประสงค์

- 1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเดิมเงินในการเปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น
- 1.3.2 เพื่อเสนอแนวทางสำหรับการรักษาลูกค้าระบบเดิมเงินที่มีอยู่ให้ใช้บริการของผู้ให้บริการรายเดิมต่อไป ไม่เปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเดิมเงินเพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ ตั้งอยู่ในขอบเขตการศึกษาดังนี้

- 1.4.1 ศึกษาเฉพาะผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเดิมเงินเท่านั้น โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม
 - 1.4.1.1 กลุ่มที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเดิมเงิน
 - 1.4.1.2 กลุ่มที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเดิมเงิน
- 1.4.2 การศึกษาจะวิเคราะห์ในเชิงเปรียบเทียบปัจจัยด้านอัตราค่าบริการ, โปรโมชัน, ช่องทางจำหน่ายและบริการ, พื้นที่ให้บริการและคุณภาพสัญญาณ, บริการเสริมต่างๆ ระหว่างผู้ให้บริการหลัก ๆ ดังนี้ AIS, DTAC, ORANGE และ HUTCH
- 1.4.3 ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ เน้นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาภาคสนาม โดยการตอบแบบสำรวจและการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการโดยตรง
- 1.4.4 การสำรวจ เน้นสำรวจเฉพาะผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเดิมเงินในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยแยกสถานที่สำรวจเป็น
 - 1.4.4.1 มหาวิทยาลัย
 - 1.4.4.2 อาคารสำนักงาน
 - 1.4.4.3 หน่วยงานราชการ
 - 1.4.4.4 ห้างสรรพสินค้า
- 1.4.5 ข้อมูลทุติยภูมิ ที่ใช้ได้แก่
 - 1.4.5.1 ข้อมูลผู้ใช้งานจากรายงานประจำปี 2548 ของบมจ. แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส
 - 1.4.5.2 ข้อมูลผู้ใช้งานจากรายงานประจำปี 2548 ของบมจ. โทเทิล แอ๊คเซส คอมมู - นิเคชั่น

1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินเพื่อให้ทราบถึงลักษณะทางประชากร, พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ ความสำคัญของปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ

ถึงแม้ว่าจะเป็นการศึกษาจากด้านของผู้บริโภค แต่ ผลของการศึกษาจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อด้านของผู้ให้บริการ เพราะจากสถานการณ์ การแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน ผวนกับนโยบายมือถือเบอร์เดียวทุกระบบ ที่รัฐบาล พยายามผลักดันให้เกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้นี้ ย่อมต้องส่งผลกระทบต่อธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Operator) อย่างแน่นอนไม่มากก็น้อย เนื่องจากผู้ให้บริการสามารถเปลี่ยนแปลง ไปใช้บริการจากผู้ให้บริการที่มีอยู่ในตลาดได้ โดยไม่ต้องเปลี่ยนหมายเลขโทรศัพท์ ซึ่งจะเกิดการหมุนเวียนของผู้ให้บริการในแต่ละ Operator อย่างแน่นอน ดังนั้น หากผู้ให้บริการต่างๆ ไม่เตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวเสียแต่เนิ่นๆแล้ว ก็อาจส่งผลให้ต้องสูญเสียฐานลูกค้า หรือส่วนแบ่งการตลาดให้กับผู้ให้บริการรายอื่นได้

ดังนั้นประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษานี้ คือ

1. เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการเช่น พัฒนาการที่เป็นการสร้าง Switching Cost รูปแบบใหม่ มาทดแทน Switching Cost จากหมายเลขโทรศัพท์แบบเดิม
2. เพื่อเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การแข่งขัน กับผู้ให้บริการรายอื่นๆ ทดแทนการแข่งขันทางราคาเพียงด้านเดียว เพราะหากแข่งขันเพียงด้านของราคาแล้วท้ายที่สุดผู้ให้บริการจะประสบภาวะขาดทุนได้
3. เพื่อรักษฐานลูกค้าในส่วนของผู้ใช้บริการระบบเติมเงิน ให้ยังอยู่ใช้บริการกับผู้ให้บริการรายเดิมนานๆ

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Operator)

หมายถึงบริษัทที่ดำเนินกิจการ ให้บริการการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผ่านเครือข่าย สัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในย่านความถี่ที่ได้รับสัมปทานจากรัฐบาล ภายใต้สัญญาความร่วมมือการงาน แบบ BTO (Build-Transfer-Operate)

ตัวอย่างผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยได้แก่

1. บริษัทแอดวานซ์ อินโฟ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS)
2. บริษัทโทเทิล แอคเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC)
3. บริษัททีโอ ออเรนจ์ จำกัด (Orange)

2. บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน หรือ บริการที่ชำระค่าบริการล่วงหน้า (Prepaid)

หมายถึงการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยรูปแบบที่ลูกค้า หรือ ผู้ใช้บริการจำเป็นต้อง ชำระเงินค่าบริการล่วงหน้า ด้วยการซื้อบัตรเติมเงิน หรือ การชำระเงินให้ตัวแทนจำหน่าย แล้วผู้ ให้บริการจะเปิดบริการให้สามารถใช้งานโทรออกได้ตามยอดเงินที่ชำระไว้แล้ว

ตัวอย่าง ของบริการของผู้ให้บริการต่างๆ ในรูปแบบของระบบเติมเงิน

1. 1-2-Call! เป็น บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินของผู้ให้บริการ AIS
2. Dprompt เป็น บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินของผู้ให้บริการ DTAC
3. Just Talk เป็น บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินของผู้ให้บริการ Orange

3. ระบบเหมาจ่ายรายเดือน หรือ บริการที่ชำระค่าบริการรายเดือน (Postpaid)

หมายถึงการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยรูปแบบที่ลูกค้า หรือ ผู้ใช้บริการสามารถใช้ บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ก่อน และ ชำระเงินค่าบริการเมื่อครบรอบบัญชี ปกติจะชำระทุกสิ้น เดือน โดยผู้ให้บริการจะส่งใบแจ้งยอดใช้บริการให้ลูกค้าทุกเดือน เพื่อให้ลูกค้าสามารถชำระเงินได้ ที่จุดบริการรับชำระค่าโทรศัพท์

ตัวอย่าง ของบริการของผู้ให้บริการต่างๆ ในรูปแบบของระบบเหมาจ่ายรายเดือน

1. GSM Advance เป็น บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเหมาจ่ายของผู้ให้บริการ AIS
2. DTAC เป็น บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเหมาจ่ายของผู้ให้บริการ DTAC
3. Talk Plan เป็น บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเหมาจ่ายของผู้ให้บริการ Orange

4. บริการเสริม หรือ บริการสื่อสารไร้เสียง (Non voice)

หมายถึงรูปแบบการให้บริการอื่นๆ ที่ผู้ให้บริการพัฒนาขึ้น นอกเหนือจากการให้บริการโทรศัพท์เพียงอย่างเดียว เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่ต้องการใช้บริการด้านข้อมูลหรือการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ

ตัวอย่าง บริการเสริม หรือ บริการสื่อสารไร้เสียง

1. Ring Back Tone เป็น บริการที่เปลี่ยนเสียงรอสาย ให้เป็นเสียงเพลง หรือเสียงอื่นๆ นอกเหนือจาก เสียงรอสายปกติ
2. SMS เป็น บริการส่งข้อความสั้น ระหว่างผู้ใช้บริการ โดยข้อความจะเป็นตัวอักษรเพียงอย่างเดียว
3. MMS เป็น บริการส่งข้อมูล ระหว่างผู้ใช้บริการ โดยข้อมูลที่ส่ง สามารถเป็นได้ทั้ง ข้อมูลรูป เสียง ตัวอักษร หรือ ภาพเคลื่อนไหว (วิดีโอ) ก็ได้

5. คุณภาพสัญญาณ (Network Quality)

หมายถึง ความเชื่อถือได้ (Reliability) ของเครือข่ายบริการ หรืออีกนัยหนึ่งคือการที่ลูกค้าสามารถใช้งานโทรศัพท์ได้ โดยสะดวกทั้งต่อสายโทรออกง่าย รับสายได้ คุยโทรศัพท์ได้โดยสัญญาณไม่หลุดระหว่างสนทนา

6. พื้นที่ครอบคลุมสัญญาณ (Network Coverage)

หมายถึง พื้นที่ที่มีสามารถให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ ทั้งนี้ต้องขึ้นกับจุดที่ติดตั้งสถานีเครือข่ายย่อยของแต่ละผู้ให้บริการ หากผู้ให้บริการรายใดสามารถติดตั้งสถานีเครือข่ายย่อยได้มาก หรือ มีความสามารถในการขยายสัญญาณเครือข่าย ออกไปในพื้นที่ต่างๆ ได้มาก ก็จะสามารถให้บริการลูกค้าในพื้นที่ต่างๆ ได้มากเช่นกัน

1.7 สมมติฐานการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินครั้งนี้ มีการแบ่งกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม โดยการศึกษาแต่ละกลุ่มมีการตั้งสมมติฐานการศึกษาดังนี้

กลุ่มที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ

1. สมมติฐานข้อที่ 1

ปัจจัยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนซึ่งเป็นลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน มีผลต่อปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มากกว่า ปัจจัยทางประชากรด้านอื่นๆ เช่น การศึกษา, เพศ, อายุ และ อาชีพ เป็นต้น

2. สมมติฐานข้อที่ 2

ผู้ให้บริการที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้ว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตลาด (โปรโมชั่นค่าโทร, ศูนย์บริการและตัวแทนจำหน่าย, เลขหมายโทรศัพท์, คุณภาพสัญญาณ และพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณ, รูปแบบบริการเสริม) ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินทั้ง AIS, DTAC, ORANGE และ HUTCH ไม่แตกต่างกัน

3. สมมติฐานข้อที่ 3

ปัจจัยด้านสัญญาณ และ ด้าน โปร โมชันค่าโทร ซึ่งเป็นลักษณะทางการตลาดของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน มีผลต่อปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มากกว่าปัจจัยทางการตลาดด้านอื่นๆ เช่น การบริการ, หมายเลขโทรศัพท์ และ เทคโนโลยี/บริการเสริม เป็นต้น

กลุ่มที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออายุการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบัน

1. สมมติฐานข้อที่ 1

ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ซึ่งเป็นลักษณะประชากรของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีผลต่ออายุการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบัน มากกว่า ปัจจัยทางประชากร ด้านอื่นๆ เช่น อาชีพ, เพศ, อายุ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

2. สมมติฐานข้อที่ 2

ผู้ให้บริการที่ยังไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตลาด (โปรโมชั่นค่าโทร, ศูนย์บริการและตัวแทนจำหน่าย, เลขหมายโทรศัพท์, คุณภาพสัญญาณและพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณ, รูปแบบบริการเสริม) ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน ทั้ง AIS, DTAC, ORANGE และ HUTCH ไม่แตกต่างกัน

3. สมมติฐานข้อที่ 3

ปัจจัยด้านการบริการ และ ด้านเทคโนโลยี/บริการเสริม ซึ่งเป็นลักษณะทางการตลาดของผู้ใช้ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน มีผลต่ออายุการใช้บริการกับผู้ให้บริการรายปัจจุบันมากกว่าปัจจัยทางการตลาดด้านอื่นๆ เช่น ด้านสัญญาณ, โปรโมชั่นค่าโทร, หมายเลขโทรศัพท์ และ เป็นต้น