บทที่ 5
สรุปการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "การเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู" สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

1.1.2 เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

1.1.3 เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ที่มีลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกัน

1.1.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

1.2 สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

1.3 วิธีดำเนินการวิจัย

1.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร(Population) ในที่นี้คือผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของโทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 6,606 เลขหมาย ใช้วิธีการสุ่ม

ตัวอย่างด้วยวิธีการแบบหลายขั้นตอน(Multi-stage Random Sampling) เป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่าง รวม 400 คน

1.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) ซึ่งได้วางแนวคำถามตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย ข้อคำถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการบริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

1.3.3 การเก็บรวมรวมข้อมูล

นำแบบสอบถามไปทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน400 คน ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม แล้วบันทึกข้อมูลลงในโปรแกรมสำเร็จรูป

1.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistic) วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

2) สถิติอนุมาน(Inferential Statistic) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

1.4 ผลการวิจัย

จากการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยต่างๆดังกล่าวสามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ดังนี้

1.4.1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีที่พักอาศัยเป็นบ้านพักส่วนตัว มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท เป็น

เจ้าของเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานจำนวน 1 เลขหมายและเป็นเจ้าของเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 1 เลขหมาย

1.4.2 การเปิดรับสื่อ

การเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

1) ประเภทของสื่อ

(1) สื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับสื่อบุคคลจากเพื่อน/คนใกล้ชิด รองลงมาจากผู้เคยใช้แนะนำ จากญาติพี่น้อง/บุคคลในครอบครัวและจากเจ้าหน้าที่พนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ตามลำดับ

(2) สื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับสื่อมวลชนจากโทรทัศน์ รองลงมาคือวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร และอินเตอร์เน็ตเวปไซต์ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ

(3) สื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับสื่อเฉพาะกิจจากแผ่นพับข่าวสารต่าง ๆ ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) รองลงมาคือใบแทรกบิล โปสเตอร์โฆษณาบริการต่าง ๆ อักษรวิ่งโฆษณา ป้ายโฆษณาตามย่านชุมชน และจากรถโฆษณาของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ

2) เวลาที่เปิดรับสื่อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อเกี่ยวกับบริการโทรศัพท์พื้นฐานของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) อยู่ในช่วงเวลา 08.01 น. – 12.00 น.

3) สถานที่ที่ได้รับสื่อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับสื่อเกี่ยวกับบริการโทรศัพท์พื้นฐานของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จากสถานที่อื่นๆ ได้แก่บ้านเพื่อน ร้านสะดวกซื้อและศูนย์การค้า

4) ข้อมูลบริการจากสื่อ

(1) กลุ่มบริการพื้นฐาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลบริการสอบถามเลขหมายโทรศัพท์ 1133

(2) กลุ่มบริการพิเศษ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลบริการทางไกลราคาประหยัด Y-tel 1234

(3) กลุ่มบริการใหม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลบริการอินเตอร์เน็ตความเร็วสูง ADSL

1.4.3 การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน

การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

1) เหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการตัดสินในใช้บริการคือเพื่อติดต่อสื่อสารด้วยการพูดคุยปกติโดยทั่วไป

2) บริการเสริมพิเศษ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานเนื่องจากได้รับบริการเสริมพิเศษ คือ บริการโทรทางไกลราคาประหยัด Y-tel 1234

3) ความพึงพอใจในการให้บริการด้านต่าง ๆ

(1) ด้านอาคารสถานที่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการด้านอาคารสถานที่ในเรื่องของความสะอาดเรียบร้อยของศูนย์บริการลูกค้า

(2) ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการด้านราคาในเรื่องอัตราค่าใช้โทรศัพท์

(3) ด้านคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการด้านคุณภาพในเรื่องความชัดเจนของสัญญาณเสียงโทรศัพท์

(4) ด้านประสิทธิภาพการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการด้านประสิทธิภาพการให้บริการในเรื่องเวลาทำการ เปิด – ปิด ศูนย์บริการลูกค้า

1.4.4 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการบริการโทรศัพท์พื้นฐาน

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการบริการโทรศัพท์พื้นฐาน ดังนี้

1) ด้านอาคารสถานที่ศูนย์บริการลูกค้า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าควรเพิ่มบริเวณสถานที่จอดรถเพราะมีไม่เพียงพอ

2) ด้านอัตราค่าใช้จ่าย หรือค่าบริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าอยากให้ปรับลดราคาค่าโทรศัพท์พื้นฐานลง

3) ด้านประสิทธิภาพการใช้งานโทรศัพท์พื้นฐาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าบางพื้นที่สัญญาณไม่ค่อยชัดเจน และเครือข่ายหลุดบ่อย

4) ด้านการบำรุงรักษาหรือการให้บริการหลังการติดตั้ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีการติดตามบำรุงรักษาให้ต่อเนื่องโดยตลอด เช่น ติดตาม สอบถามถึงปัญหาที่ได้รับ หรือความต้องการเพิ่มเติมเดือนละครั้งหรือมากกว่า

5) ด้านการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานที่ต้องการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการได้รับการบริการที่รวดเร็ว ตรงเวลา และพนักงานที่มีความกระตือรือร้น

6) ด้านสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้ติดต่อสื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียและ เคเบิลทีวีท้องถิ่น

7) ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้เพราะค่าบริการถูก ประหยัด และสะดวกต่อการไปติดต่อที่สำนักงานศูนย์บริการลูกค้า

8) ข้อเสนอแนะอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ควรปรับปรุงเรื่องการบริการของพนักงานให้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า พูดจาไพเราะ ไม่ลำเอียง และให้ข้อเสนอแนะที่ดีต่อลูกค้ากรณีหากลูกค้ามีปัญหา ควรเพิ่มเวลาการในการให้บริการ คือ 08.30 - 17.30 น. และควรเปิดบริการในวันเสาร์และวันอาทิตย์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

1.4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่าลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ยกเว้นสถานที่พักอาศัย ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานที่พักอาศัยที่ต่างกัน มีความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

นั่นคือการเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานผ่านสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ รวมทั้งสถานที่ที่ได้รับสื่อและข้อมูลบริการของโทรศัพท์พื้นฐานจากสื่อ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้โทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้ บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู โดยการศึกษามุ่งประเด็นไปที่การเปิดรับสื่อและการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานและจากผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลเพื่ออธิบายข้อค้นพบที่ปรากฏ ได้ดังนี้

2.1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู แตกต่างกัน

ตามสมมติฐานที่ 1 ผลการวิจัยพบว่าลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกันของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ได้แก่เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ยกเว้นปัจจัยข้อสถานที่พักอาศัย ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานที่พักอาศัยที่ต่างกัน มีความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานไม่แตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

2.1.1 เพศ อายุ และ สถานภาพสมรสกับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีสถานภาพสมรส ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบจากงานวิจัยของประทิน แก้วแดง (2546) ที่ผลการวิจัยพบว่า ผู้ขอใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานเลขหมายของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) สำนักงานบริการโทรศัพท์นครสวรรค์ 1 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มอายุของคนที่มีฐานะครอบครัวที่มั่นคงมีกำลังซื้อสิ่งสาธารณูปโภค เห็นความสำคัญของการติดต่อสื่อสาร และประโยชน์ที่ได้จากการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน

2.1.2 ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท เป็นเจ้าของเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานจำนวน 1 เลขหมายและเป็นเจ้าของเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 1 เลขหมาย นั่นคือกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของทั้งโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่ เนื่องมาจากในปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับความนิยม ประกอบกับค่าเครื่อง ค่าเลขหมาย ค่าใช้บริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่มีราคาไม่แพง ฟังก์ชั่นการใช้งานในเครื่อง

โทรศัพท์เคลื่อนที่และโปรโมชั่นต่างๆของการใช้บริการที่หลากหลาย สร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอย่างมาก สอดคล้องกับข้อค้นพบจากงานวิจัยของเนตรนภา ชินวัตร (2546) ที่ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัจจัยด้านราคา เทคโนโลยีและค่าบริการที่มีราคาไม่แพง

2.1.3 ที่พักอาศัยกับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)จังหวัดหนองบัวลำภู ในปัจจัยลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านที่พักอาศัยที่แตกต่างกันนั้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดเดียวกัน ปัจจัยด้านที่พักอาศัยจะแตกต่างกันหรือไม่จึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างยังเห็นความสำคัญของโทรศัพท์พื้นฐานที่ให้ความสะดวกในการใช้บริการโดยไม่จำกัดประเภทของที่พักอาศัย แต่เห็นประโยชน์และเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในประเด็นอื่น นอกเหนือจากการใช้บริการติดต่อสื่อสารด้วยการพูดคุยปกติโดยทั่วไป ได้แก่การใช้บริการเสริมอื่นเช่นประโยชน์ด้านการศึกษาโดยการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์ศักดิ์ พรหมจารย์ (2549) ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีลักษณะการใช้บริการอินเตอร์เน็ตบนโทรศัพท์พื้นฐานเพื่อความบันเทิง เกมส์และการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกการติดตั้งอินเทอร์เน็ต คือ ความพร้อมในการให้บริการ และลูกค้าจะมีความพึงพอใจในปัจจัยการส่งเสริมการขาย จากข้อมูลดังกล่าว บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ต้องเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการพิเศษด้านอินเตอร์เน็ตความเร็วสูง ADSL รวมถึงประสิทธิภาพการบำรุงรักษาการให้บริการหลังการติดตั้ง เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้งานได้ต่อเนื่อง ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการเป็นหลัก ซึ่งตรงกับนิยามของสายจิตร สิงหเสนี(2546: 14) ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ถ้าเมื่อใดที่สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกทางบวกแต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งใดสร้างความรู้สึกผิดหวังไม่บรรลุจุดมุ่งหมาย ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

2.2 การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู มีปัจจัยอื่นๆประกอบในการตัดสินใจใช้บริการได้แก่ เหตุผลเพื่อติดต่อสื่อสารด้วยการพูดคุยปกติโดยทั่วไป การใช้บริการเสริมพิเศษได้แก่บริการโทรทางไกลราคาประหยัด Y-tel 1234 และความพึงพอใจในการบริการด้านต่างๆ ได้แก่ การบริการในด้านของอาคารสถานที่ คือ ความสะอาดเรียบร้อยของศูนย์บริการลูกค้า การบริการในด้านราคาคืออัตราค่าใช้โทรศัพท์ การ

บริการในด้านคุณภาพคือความชัดเจนของสัญญาณเสียงโทรศัพท์ และการบริการในด้านประสิทธิภาพการให้บริการ คือ เวลาทำการ เปิด–ปิด ศูนย์บริการลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของประทิน แก้วแดง (2546) ที่ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในพื้นที่สำนักงานบริการโทรศัพท์นครสวรรค์ 1 คือปัจจัยด้านระบบโทรศัพท์ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่ดีและน่าเชื่อถือของบริษัท และกลุ่มตัวอย่างยังมีทัศนคติที่ดีและมีความพึงพอใจในการให้บริการด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับโทรศัพท์พื้นฐานของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ ซึ่งสรุปไว้ว่า ความต้องการของมนุษย์มีความสำคัญไม่เท่ากัน การจูงใจตามทฤษฎีนี้จะต้องพยายามตอบสนองความต้องการของมนุษย์ซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกันไป และความต้องการในแต่ละขั้นจะมีความสำคัญแก่บุคคลมากน้อยเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการตอบสนองความต้องการในลำดับนั้นๆ

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือเน้นการให้ข้อมูลด้านสิทธิพิเศษ ด้านบริการเสริมต่างๆ และการบำรุงรักษาหรือการบริการหลังการขาย โดยต้องให้ผู้ใช้บริการเห็นความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการเมื่องเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของอิฏฐพร ภูเจริญ (2539: 69 – 70) กล่าวไว้ว่า การให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการดำเนินธุรกิจบริการให้ชนะคู่แข่งได้นั้น ต้องมีการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่องมากกว่าคู่แข่งและเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ โดยสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังนั้นจะได้จากประสบการณ์ต่างๆของลูกค้าในอดีต จากการบอกเล่าปากต่อปากและจากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ

2.3 การเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

สิ่งสำคัญที่จะให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงข้อมูลบริการต่างๆ เพื่อให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ คือ จะต้องรู้ว่าผู้ใช้บริการใกล้ชิดกับสื่อประเภทใด ในช่วงเวลาใด และข้อมูลบริการใดที่ผู้ใช้บริการได้รับมากที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อจากสื่อบุคคลมากที่สุดคือจากเพื่อน/คนใกล้ชิด จากสื่อมวลชนมากที่สุดคือโทรทัศน์ จากสื่อเฉพาะกิจมากที่สุดคือใบแทรกบิล ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อมากที่สุดคือช่วงเวลา 08.01 น.–12.00 น. ข้อมูลบริการจากสื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือบริการโทรทางไกลราคาประหยัด Y-tel 1234 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิวัฒน์ กิติพรพานิช (2546) ที่ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในภาพรวมในระดับมากคือ สื่อบุคคลและการเปิดรับข้อมูลรับจากสื่อหลักเรียงลำดับจากมากหาน้อยคือโทรทัศน์ ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ วิทยุ แผ่นพับและโปสเตอร์

จากผลการวิจัย บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ต้องเน้นในการให้ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ เพื่อการเข้าถึงผู้ใช้บริการ สื่อประเภทแรกคือ สื่อบุคคล ได้แก่เพื่อน/คนใกล้ชิด ผู้ที่เคยใช้แนะนำ ซึ่งจะเห็นว่า สื่อบุคคลเหล่านี้มีอิทธิพลโน้มน้าวต่อการตัดสินใจใช้บริการ การให้ข้อมูลผ่านสื่อบุคคลเหล่านี้ทางบริษัทต้องหากลยุทธ์และวิธีการให้ข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) แล้วแนะนำให้กับผู้อื่นต่อ แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการมีความประทับใจในการให้บริการต่างๆ

การให้ข้อมูลผ่านสื่อที่ต้องปรับอย่างเร่งด่วนคือ สื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่และพนักงานของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) โดยการจัดอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัท รวมถึงจัดอบรมทักษะการสื่อสาร การนำเสนอ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการรับรู้ข่าวสาร การโน้มน้าวและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง

แซมมวล เบคเกอร์(Samuel L. Backer 1971) กล่าวว่า บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่สนใจหรือมีผู้แนะนำมา หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเอง ก็จะให้ความสนเอาใจใส่ อ่านหรือดูเป็นพิเศษ ในส่วนนี้จะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)โดยตรง คือ การที่ผู้ใช้บริการจะได้รับข้อมูลอย่างต่อเนื่องต้องอาศัยสื่อเหล่านี้โดยการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง มีความชัดเจนและมีวิธีการนำเสนอผ่านสื่อให้น่าสนใจและดึงดูดใจ วัดได้จากความถี่หรือจำนวนครั้งว่าผ่านสื่อมวลชนบ่อยครั้งแค่ไหน ช่วงเวลาไหนที่ผู้ใช้บริการจะได้รับสื่อได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ แมคคอมบ์และเบคเกอร์ (McCombs and Becker 1971) ซึ่งกล่าวว่า คนเราเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เนื่องจากความสนใจในหัวข้อหรือเนื้อหาสารนั้น ๆ หรือความสำคัญของหัวข้อนั้น ๆ ในส่วนของการวัดการเปิดรับสื่อส่วนใหญ่จะวัดในส่วนของ “ความถี่”(Frequency) และความตั้งใจ(Recency) ซึ่ง“ความถี่” จะหมายถึงว่าผู้รับสารใช้สื่อบ่อยแค่ไหน ส่วน“ความตั้งใจ” จะหมายถึงว่าผู้รับสารได้ทำอะไรจริงๆ กับการเปิดรับสื่อนั้นในช่วงเวลานั้นๆ

นอกเหนือจากสื่อมวลชนแล้ว บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ต้องให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ใช้บริการผ่านสื่อเฉพาะกิจ เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนคือผู้ที่ใช้บริการปัจจุบัน การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเฉพาะกิจจะทำได้ในรูปแบบของบิลใบเสร็จ แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทต้องเสริมในกิจกรรมที่ดึงดูดผู้ใช้บริการด้วย เช่น การลุ้นชิงโชค การแจกของชำร่วย หรือกิจกรรมการออกไปให้ข้อมูลบริการให้กับผู้ใช้บริการในพื้นที่ห่างไกลในรูปแบบของรถโฆษณา เป็นต้น

การให้ข้อมูลบริการ กลุ่มแรกคือกลุ่มบริการพื้นฐาน ต้องปรับปรุงวิธีการให้ข้อมูล โดยให้ข้อมูลเป็นระบบเสียงผ่านเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐาน เพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการในการรับรู้ข้อมูล ส่วนกลุ่มบริการพิเศษนั้น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความต้องการในการรับรู้ข่าวสารในส่วนนี้มากโดยเฉพาะบริการโทรทางไกลราคาประหยัด Y-tel 1234 เพราะมีปัจจัยเสริมเรื่องอัตราค่าใช้บริการราคาถูก ฉะนั้น บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ต้องเน้นให้ผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มบริการพิเศษอย่างทั่วถึง คลอบคลุมในทุกพื้นที่ การได้รับสื่อกลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มบริการใหม่ เป็นกลุ่มบริการที่ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ต้องเน้นการให้ข้อมูลด้านประสิทธิภาพของบริการใหม่ให้ชัดเจน เพื่อสร้างความเข้าใจและเพื่อการใช้งานอย่างถูกต้องนั่นเอง

3. ข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ผู้วิจัยขอนำเสนอข้อเสนอแนะ ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

3.1.1 ประเด็นของลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลกับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ที่มีลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานแตกต่างกันด้วย

ดังนั้น ในการรณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน จึงควรแบ่งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้บริการตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ แล้วพิจารณาสื่อที่เหมาะสมในการสื่อสารกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายรวมถึงการพิจารณาเนื้อหาข้อมูลบริการให้ตรงกับความต้องการเพื่อให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ เช่น กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ควรใช้สื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับมากที่สุดคือสื่อบุคคลและสื่อมวลชนในการติดต่อสื่อสาร เนื้อหาของสื่อควรเป็นเนื้อหาด้านการบริการเสริมและบริการพิเศษของโทรศัพท์พื้นฐานเช่นบริการอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงADSL กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 40-59 ปี ควรใช้สื่อประเภทสื่อบุคคล ข้อมูลบริการควรเป็นข้อมูลบริการทางไกลราคาประหยัด Y-tel 1234 เป็นต้น

3.1.2 ประเด็นของการเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน โดยกลุ่มตัวอย่าง

เปิดรับสื่อประเภทต่างๆได้แก่สื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ โดยมีความถี่ เวลา สถานที่และเนื้อหาที่แตกต่างกันออกไป มีการเปิดรับสื่อประเภทสื่อบุคคลมากที่สุด เปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจเป็นลำดับรองลงไป

ดังนั้น ในการรณรงค์ทางการสื่อสาร เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน จึงควรปรับการเลือกใช้ช่องทางของการสื่อสารโดยจัดแบ่งประเภทของสื่อและเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง เช่นการพัฒนาการใช้สื่อบุคคลโดยใช้เจ้าหน้าที่หรือพนักงานเพิ่มความถี่ในการพบปะกับกลุ่มตัวอย่างให้ต่อเนื่อง เพื่อการให้คำแนะนำข้อมูลและสร้างความเข้าใจ แล้วผู้ใช้บริการเหล่านี้จะเป็นสื่อบุคคลเพื่อส่งข้อมูลให้กับผู้ใช้บริการอื่นๆต่อไป การพัฒนาการใช้สื่อมวลชน สามารถใช้สื่อเคเบิลทีวีในท้องถิ่นที่ใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการโดยต้องเน้นในด้านความต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความจดจำ ส่วนการพัฒนาการใช้สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การเพิ่มความถี่ในการส่งเอกสาร แผ่นพับ แนะนำข้อมูลบริการ เป็นต้น

3.1.3 การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ผลจากการวิจัยพบว่า เหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์พื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ส่วนใหญ่ คือ เพื่อติดต่อสื่อสารด้วยการพูดคุยปกติโดยทั่วไป และปัจจัยร่วมคือค่าบริการราคาถูก

ดังนั้น บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ควรจัดโปรโมชั่นพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานที่เป็นฐานลูกค้าเดิม อาจจะเป็นการลดค่าใช้บริการในช่วงเวลาที่กำหนด หรือยกเว้นค่าใช้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ เป็นต้น และข้อค้นพบจากการวิจัยอีกประการหนึ่งคือผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านอาคารสถานที่ของศูนย์บริการลูกค้า จึงควรนำประเด็นนี้มาพิจารณาโดยต้องรักษามาตรฐานของความสะอาดเรียบร้อยของสำนักงาน ขณะเดียวกันก็สามารถสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้ผู้ใช้บริการให้มากขึ้นได้โดยการเพิ่มการอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่นบริการเครื่องดื่ม ขณะรอใช้บริการ เป็นต้น

3.1.4 การใช้บริการเสริมพิเศษของโทรศัพท์พื้นฐาน ควรเน้นการสื่อสารข้อมูลเรื่องบริการโทรทางไกลราคาประหยัด Y-tel 1234 ผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นข้อมูลบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับและใช้บริการมากที่สุด นอกจากนั้นผู้ใช้บริการอีกส่วนหนึ่งตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานเพราะ บริการใหม่คือบริการอินเตอร์เน็ตความเร็วสูง ADSL ดังนั้นต้องให้ความสำคัญกับการสื่อเรื่องบริการอินเตอร์เน็ตความเร็วสูง ADSL โดยผ่านรูปแบบการสื่อสารการตลาดที่หลากหลาย เพื่อนำไปสู่การรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มการตัดสินใจใช้บริการใหม่ในที่สุด

3.1.5 ความพึงพอใจในการให้บริการด้านต่างๆเกี่ยวกับโทรศัพท์พื้นฐาน จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านอัตราค่าใช้โทรศัพท์ ความชัดเจนของ

สัญญาณเสียงโทรศัพท์ เพราะฉะนั้นจะต้องรักษาคุณภาพบริการหลังการขายให้ประสิทธิภาพได้มาตรฐาน การซ่อมแซมบำรุงรักษารวดเร็ว กำหนดนโยบายให้ชัดเจนในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงาน ควบคู่ไปกับนโยบายที่ชัดเจนในด้านการสื่อสาร เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ ให้กับผู้ใช้บริการในที่สุด

3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ศึกษาวิจัยในส่วนของปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ว่ามีปัจจัยอิสระตัวใดบ้างที่น่าสนใจและเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

3.2.2 ศึกษาวิจัยผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ที่เกี่ยวเนื่องหรือเกี่ยวข้องกับโทรศัพท์พื้นฐาน เช่น การใช้อินเตอร์เน็ตความเร็วสูง ADSL การบริการโทรศัพท์สาธารณะ ทั้งนี้เพื่อทราบข้อมูลความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด

3.2.3 ศึกษาถึงการเปิดรับสื่ออื่นๆที่ใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการ เช่น สื่อผ่านวิทยุชุมชนสื่อผ่านกิจกรรมประเพณีพื้นบ้าน เพื่อการพัฒนาการส่งข้อมูลข่าวสารให้ถึงกลุ่มลูกค้าหรือผู้ใช้บริการให้รวดเร็ว ถูกต้องมากที่สุด

3.2.4 เพิ่มการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์จำแนกประเภท (Discriminate Analysis) การวิเคราะห์เส้นทาง (Part Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) เป็นต้น