

บทที่ 1

บทนำ

บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือน สิงหาคม 2532 เพื่อให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 800MHz และ 1800MHz โดยได้รับสัมปทานจาก บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เพื่อให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบความถี่ 800 เมกะเฮิรตซ์ และ 1800 เมกะเฮิรตซ์ ภายใต้สัญญาสัมปทานซึ่งอยู่ในรูปแบบ สร้าง-โอนดำเนินงาน (Built-Transfer-Operate) เป็นเวลา 27 ปี จาก บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด มหาชน (เดิมคือ การสื่อสารแห่งประเทศไทย)

จากวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของประเทศไทยให้ก้าวหน้า ทำให้รัฐบาลมีนโยบายอนุญาตให้ผู้ประกอบการภาคเอกชน มีส่วนร่วมในการให้บริการภายใต้ สัญญาสัมปทานซึ่งอยู่ในรูปแบบ สร้าง-โอน-ดำเนินการ หรือ Built-Transfer-Operate (BTO) จาก รัฐวิสาหกิจ 2 ราย ซึ่งในปัจจุบันได้แปรสภาพกิจการเป็นบริษัทจำกัดมหาชน คือ บริษัท ทีโอที จำกัด มหาชน (ทีโอที) ชื่อเดิม คือ บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ (ทศท.) และ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ (กสท.) โดยการริเริ่มของบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ในการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น ได้มีมูลเหตุมาจากความ มุ่งหวังที่จะตอบสนองขอบเขตการให้บริการอย่างกว้างขวางทั่วถึง อันเนื่องมาจากระบบโทรศัพท์ พื้นฐานยังไม่สามารถบริการได้อย่างเพียงพอกับความต้องการของประชาชนทั่วประเทศ ทำให้ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) หรือ (ทีโอที) ชื่อเดิม คือ บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด มหาชน (ทศท.) และบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ (กสท.) ต้องขยายเครือข่ายบริการให้ มากขึ้นโดยให้สัมปทานกับภาคเอกชนเพื่อช่วยลงทุน และดำเนินการด้านการให้บริการระบบ โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มเติม ส่งผลให้ เดือนกุมภาพันธ์ 2538 บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็น บริษัทมหาชน ในนามว่า บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และในเดือน มีนาคม 2544 บริษัทได้เริ่มใช้ชื่อทางการค้า “ดีแทค” ซึ่งนับเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในวิธีการ ดำเนินธุรกิจการตลาดทางด้านโทรคมนาคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจบริการประเภท โทรคมนาคมเกี่ยวกับการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 800MHz และ 1800MHz จวบจนถึง ทุกวันนี้

สำหรับธุรกิจการบริการ (Service Industry) ถือได้ว่าการได้รับความนิยมนับและทวี ความสำคัญเพิ่มมากขึ้นทุกขณะ ทั้งจากการให้บริการต่าง ๆ เช่น บริการส่งตรง (Delivery) บริการ

ธุรกรรมการเงินต่าง ๆ ของธนาคาร การให้ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ผ่านพนักงาน (Call Service) จนทำให้การบริการถือเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ ซึ่งธุรกิจในปัจจุบันมีการเน้นให้บริการโดยเฉพาะกันมากขึ้น อันเนื่องมาจากลูกค้ามีรายได้มากขึ้น และต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น จึงแสวงหาสิ่งที่จะมาตอบสนองความต้องการเหล่านั้น และจากความต้องการตอบสนองความสะดวกสบายแก่ผู้ให้บริการนั่นเอง ที่ทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านบริการเพื่อเป็นการรองรับการให้บริการแก่ลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทำให้ทางบริษัทฯ จึงได้เพิ่มช่องทางในการให้บริการกับลูกค้า โดยการเปิดสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคขึ้นมา ในปี 2538 ภายใต้นโยบายที่ว่า “Our Customer Our Family “ หรือที่เรียกว่า “ห่วงใย ใส่ใจ บริการลูกค้าดุจญาติมิตร “

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ดีแทค ได้มีสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคเปิดให้บริการลูกค้าจำนวนทั้งหมด 23 สาขา ทั่วประเทศ เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวน 11 สาขา ได้แก่ สาขาอาคารชัย สาขาเอสซีบี สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต สาขาแฟชั่นไอส์แลนด์ สาขาซีคอนสแควร์ สาขาศรีนครินทร์ สาขาเดอะมอลล์บางแค สาขาเซ็นทรัลปิ่นเกล้า สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 สาขาเซ็นทรัลเวิร์ล และสาขาสยามพารากอน สำหรับประเภทการให้บริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคที่มีต่อผู้ใช้บริการเคลื่อนที่ระบบดีแทคนั้น ได้แก่ บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค บริการเปลี่ยนแปลงสัญญาและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค (จดทะเบียนใหม่ โอนสิทธิ์ ย้ายจุดจดทะเบียน ระวังการใช้บริการชั่วคราว ยกเลิกการใช้งานบริการชั่วคราว ทำซิมการ์ด (Sim Card) ใหม่หมายเลขเดิม เช็ดซิมการ์ด (Sim Card) เปลี่ยนที่อยู่ใบแจ้งค่าบริการ แก้ไขค่านำหน้า หรือแก้ไข ชื่อ-นามสกุล สมัคร-ยกเลิกบริการเสริม ขอเปลี่ยนอัตราค่าบริการ สมัคร-ยกเลิกการหักบัญชีผ่านธนาคาร / บัตรเครดิต ขอเปิด-ระงับทางไกลระหว่างประเทศ ขอเปิด-ระงับบริการข้ามแดนอัตโนมัติ / โทรข้ามแดนในต่างประเทศ การตั้งวงเงินการใช้บริการ ขอรายละเอียดการโทร) บริการยกเลิกการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค บริการจำหน่ายเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค บริการซ่อมเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค (“สำนักงานบริการลูกค้าดีแทค,” ออนไลน์, 2549)

ปัจจุบันนี้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้กลายมาเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันของทุกคน เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันและกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และยังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น อันเนื่องมาจากความง่ายในการใช้งาน และบริการเสริมต่าง ๆ มากมายที่ช่วยในตอบสนองความต้องการทางด้านต่าง ๆ ของคนในโลกยุคโลกาภิวัตน์ให้เป็นเรื่องที่ย่างยิ่งขึ้น ซึ่งจากการที่ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ จึงส่งผลทำให้มีการแข่งขันในธุรกิจโทรคมนาคมเกิดขึ้น

สำหรับปัจจัยในการแข่งขันที่สำคัญยิ่ง ในการดำเนินธุรกิจทางด้านโทรคมนาคมนอกเหนือไปจากคุณภาพของสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น ก็คือ การบริการ (Service) และการตอบสนองความพึงพอใจจากการให้บริการ ทำให้ต้องเข้าใจถึงความต้องการ (Need) ความคาดหวัง

หวัง (Expectation) ของลูกค้าที่หวังจะได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูง การบริการได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจ และการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการจึงมีความสำคัญในอันที่จะช่วยรักษาสถานลูกค้าเก่า การหาลูกค้าใหม่ รวมทั้งสร้างอำนาจการแข่งขันในอนาคต ดังนั้นผู้ให้บริการแต่ละรายจึงพยายามที่จะนำเสนอบริการใหม่ ๆ ที่ทันสมัย โดยเน้นทางด้านการบริการที่หลากหลายและแตกต่างจากคู่แข่ง อีกทั้งยังมุ่งสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

พร้อมกันนี้ ในการพัฒนารูปแบบการให้บริการลูกค้า ทำให้สามารถสร้างโอกาสในการรับรู้ (Perception) การให้บริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคแก่ผู้ใช้บริการ รวมทั้งการแนะนำการบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคผ่านสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับใบปลิว สื่อติด ณ จุดบริการลูกค้า เช่น สื่อที่ตั้งบนเคาน์เตอร์บริการลูกค้า ป้ายไฟสัญลักษณ์ดีแทค ป้ายไฟสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ณ หน้าสถานที่ตั้งของแต่ละสาขา และผ่านสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อนเพื่อนร่วมงาน ครอบครัว เป็นต้น ซึ่งสื่อต่าง ๆ จะไม่เป็นเพียงแค่แรงกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ข่าวสารข้อมูลต่อการให้บริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคเท่านั้น แต่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการต่าง ๆ รวมถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ดีแทคที่มีต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค อีกด้วย

ในส่วนของการประเมินคุณภาพของการให้บริการ มีความลำบากมากกว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพราะลักษณะของบริการมีลักษณะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ ทำให้ลูกค้าไม่สามารถเปรียบเทียบในการให้บริการได้อย่างชัดเจน ดังนั้นลูกค้าจึงเชื่อถือและประเมินการให้บริการได้จากการให้บริการที่อยู่หน้าเคาน์เตอร์ของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าในสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ดังนั้นจึงปฏิเสธไม่ได้กับบทบาทของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าที่ไม่ได้มีเพียงหน้าที่ดูแลลูกค้าเพียงอย่างเดียว แต่เจ้าหน้าที่บริการลูกค้ายังต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับองค์กร และทำหน้าที่ประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ รวมไปถึงคอยสนับสนุนกิจกรรมและข้อมูลต่าง ๆ ของบริษัท ฯ ซึ่งการประเมินคุณภาพของการบริการจะทำให้เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพ อีกทั้งยังทราบถึงความพึงพอใจของการใช้บริการหลังการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า พฤติกรรมการใช้บริการที่ตามมาของผู้ใช้บริการต่อไปในอนาคตได้

จากลักษณะดังกล่าว ทำให้ผู้ศึกษามีความมุ่งหวังที่จะศึกษาถึงการรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ผ่านสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ เนื่องมาจากที่ผ่านมาไม่เคยมีการทำการประเมินคุณภาพของการบริการ และการทำวิจัยการให้บริการลูกค้าโดยผ่านสื่อทั้งสองประเภtnี้มาก่อน อีกทั้งสื่อเฉพาะกิจยังได้มีการจัดทำขึ้นมาโดยเฉพาะเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการทุกคนได้ทราบถึงบริเวณสถานที่ของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค และบริการทั้งหมดของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคที่มีไว้ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ

นอกจากนี้ ผู้ศึกษายังมุ่งหวังที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ดีแทค ที่มีต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค เพื่อนำผลที่ได้รับจากการศึกษามารวบรวม วิเคราะห์ และประเมินผล เพื่อหาแนวทางการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการให้บริการ ตลอดจนการวางแผนทางด้านกิจกรรมทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการต่อไป

ปัญหานำการศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคเป็นอย่างไร
2. การรับรู้การใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค เป็นอย่างไร
3. พฤติกรรมการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค เป็นอย่างไร
4. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคที่มีต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค เป็นอย่างไร
5. ความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคกับการรับรู้ต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค เป็นอย่างไร
6. ความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค เป็นอย่างไร
7. ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค
2. เพื่อศึกษาการรับรู้การใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค

4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคที่มีต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค
5. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคกับการรับรู้ต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค
6. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค
7. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

สมมติฐานการศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน
3. พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

ขอบเขตการศึกษา

1. การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น และยกเว้นสำนักงานบริการลูกค้าสาขาย่อยทุกสาขา
2. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้เก็บในช่วงเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550
3. การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาถึงการรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคผ่านสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ อันเนื่องมาจากที่ผ่านมาไม่เคยมีการประเมินคุณภาพของการบริการ และการทำวิจัยการให้บริการลูกค้าโดยผ่านสื่อทั้งสองประเภทนี้มาก่อน อีกทั้งสื่อเฉพาะกิจยังได้มีการจัดทำขึ้นมาโดยเฉพาะเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ให้ผู้ใช้บริการทุกคนได้ทราบถึงบริเวณสถานที่ของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค และบริการทั้งหมดของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคที่มีไว้ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

การรับรู้ หมายถึง การที่ผู้ให้บริการรู้จักบริการต่าง ๆ ของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ผ่านสื่อบุคคล และการรู้จักผ่านสื่อเฉพาะกิจ เป็นต้น

ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองในการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคและของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค เช่น ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า

พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง การปฏิบัติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคในการใช้บริการกลุ่มประเภทของบริการต่าง ๆ ช่วงเวลาในการใช้บริการที่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค บริเวณที่ให้บริการบ่อยที่สุด จำนวนรายการที่ผู้ให้บริการมาใช้บริการ

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค หมายถึง บุคคลผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคในระบบจดทะเบียน และผู้ซึ่งตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น

การใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค หมายถึง การใช้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค ในงานวิจัยนี้หมายถึง การใช้บริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ได้แก่ บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค บริการเปลี่ยนแปลงสัญญาและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค (จดทะเบียนใหม่ โอนสิทธิ์, ย้ายจุดจดทะเบียน ระบุการใช้บริการชั่วคราว ยกเลิกการใช้บริการชั่วคราว ทำซิมการ์ด (Sim Card) ใหม่หมายเลขเดิม เช็คซิมการ์ด (Sim Card) เปลี่ยนที่อยู่ในใบแจ้งค่าบริการ แก้ไขค่านำหน้า หรือแก้ไข ชื่อ-นามสกุล สมัครงานบริการเสริม ขอเปลี่ยนอัตราค่าบริการ สมัครงานยกเลิกการหักบัญชีผ่านธนาคาร / บัตรเครดิต ขอเปิด-ระบุทางไกลระหว่างประเทศ ขอเปิด-ระบุบริการข้ามแดนอัตโนมัติ / โทรข้ามแดนในต่างประเทศ การตั้งวงเงินการใช้บริการ ขอรายละเอียดการโทร) บริการยกเลิกการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค บริการจำหน่ายเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค บริการซ่อมเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค เป็นต้น

สำนักงานบริการลูกค้าดีแทค หมายถึง สถานที่ให้บริการต่าง ๆ เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค ที่ใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารในลักษณะเผชิญหน้า ทั้งในรูปของการสนทนาหรือในรูปของการประชุมกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ครอบครัว เพื่อน ครู/อาจารย์ ผู้บังคับบัญชา/นายจ้าง และผู้ใต้บังคับบัญชา/ลูกจ้าง

สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะ และจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย แผ่นพับ-โบปลิว โปสเตอร์ (Poster) สื่อติด ณ จุดบริการลูกค้า เช่น สื่อที่ตั้งบนเคาน์เตอร์บริการลูกค้า ป้ายไฟสัญลักษณ์ดีแทค ป้ายไฟสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ณ หน่วยงานที่ตั้งของแต่ละสาขา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค
2. เพื่อทราบถึงการรับรู้การใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค
3. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค
4. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคที่มีต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค
5. เพื่อทราบถึงความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคกับการรับรู้ต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค
6. เพื่อทราบถึงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค
7. เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง หรือเป็นแนวทางในการเสนอบริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค รูปแบบใหม่ให้กับลูกค้า
8. เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยมารวบรวม วิเคราะห์ และประเมินผล เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการให้บริการ ตลอดจนการวางแผนทางด้านกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการต่อไป