

## บทที่ 4

### ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด จากประชากรในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เลือกใช้และไม่ใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS และนำข้อมูลที่ได้นำมาทำการวิเคราะห์และแปลผล โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ภาพรวมของธุรกิจผู้ให้บริการ และของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS

**ส่วนที่ 2** ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของผู้บริโภคในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

**ส่วนที่ 3** ปัญหา และข้อเสนอแนะจากการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของผู้บริโภคในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

#### 4.1 ภาพรวมของธุรกิจผู้ให้บริการ และของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

##### 4.1.1 ภาพรวมของธุรกิจผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS

##### ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทในเครือ

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2529 โดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกในการดำเนินธุรกิจให้เช่าและให้บริการคอมพิวเตอร์ จนในปี 2532 บริษัท ชินวัตรคอมพิวเตอร์ แอนด์ คอมมิวนิเคชันส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งปัจจุบันได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (SHIN) ได้เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 60 ของทุนจดทะเบียน และได้เปลี่ยนวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจเป็นการให้บริการโทรคมนาคม

บริษัทได้รับอนุญาตให้ดำเนินงานเพื่อดำเนินการทางด้านเครือข่าย และให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเซลลูลาร์ 900 MHz ในระบบดิจิทัล GSM (เดิมให้บริการในระบบ อนาคต NMT: Nordic Mobile Telephone หรือ Cellular 900 ด้วย แต่ในปี 2546 ได้หยุดให้บริการ โดยโอนผู้ให้บริการในระบบ Cellular 900 ทั้งหมดไปให้บริการในระบบดิจิทัล GSM ซึ่งเป็นระบบใหม่ที่เข้ามาแทน) จาก องค์การ โทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ปัจจุบันได้แปรรูปเป็น บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)) ตามสัญญาร่วมการทำงานแบบปีทีโอ ในเดือน มีนาคม ปี พ.ศ. 2533 เป็นระยะเวลา 20 ปี ต่อมาในปี พ.ศ. 2539 ได้ขยายเวลาของสัญญาร่วมการทำงานเป็น 25 ปี ภายใต้สัญญาร่วมการทำงานแบบปีทีโอ บริษัทจะเป็นผู้ลงทุนในการสร้างเครือข่ายเซลลูลาร์และรับผิดชอบในการหาเงินลงทุนรวมทั้งค่าใช้จ่ายต่างๆ ทั้งหมด และโอนกรรมสิทธิ์ในเครือข่ายให้แก่ ผู้ให้สัญญา (ทศท.) โดยบริษัทมีหน้าที่และความรับผิดชอบและหาแหล่งเงินทุนสำหรับงานวิศวกร เครือข่าย วางแผนงานด้านเครือข่าย จัดหาอุปกรณ์พร้อมทั้งติดตั้ง บำรุงดูแลรักษาเครือข่าย ตลอดจนดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ การตลาดและการให้บริการ บริษัทจะต้องแบ่งรายได้ที่ได้รับจากการให้บริการให้แก่ผู้ให้สัญญา รายได้จากการให้บริการแบบชำระค่าบริการรายเดือน (Postpaid) บริษัทจัดแบ่ง 30% ของรายได้นั้นให้แก่ ทศท. และรัฐบาลในรูปของภาษีสรรพสามิต (Excise tax) ส่วนรายได้จากการบริการแบบชำระค่าใช้บริการล่วงหน้า (Prepaid) บริษัท จัดแบ่งให้ ทศท. และ รัฐบาลในรูปของภาษีสรรพสามิตในอัตรา 20%

ปัจจุบันบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอสได้เป็นผู้นำธุรกิจในการสื่อสารโทรคมนาคมแบบไร้สาย โดยครองส่วนแบ่งทางการตลาดในเชิงรายได้กว่า 54% ในปีพ.ศ. 2554 นำเสนอบริการคุณภาพให้แก่ลูกค้ากว่า 33.5 ล้านเลขหมาย หรือ 44% ของจำนวน ผู้ใช้บริการในประเทศไทย ด้วยเครือข่ายคุณภาพที่ครอบคลุมกว่าร้อยละ 97 ของประเทศ นอกจากนี้ เอไอเอสได้เข้าร่วมกลุ่ม Bridge Alliance ซึ่งเป็นพันธมิตรระหว่าง 11 เครือข่ายผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ชั้นนำทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งให้บริการและสิทธิประโยชน์ที่เหนือกว่ากับ ลูกค้าภายใต้เครือข่ายของกลุ่ม Bridge Alliance ดำเนินการโดยบริษัทร่วมทุน บริดจ์ โมบาย ฟิทีอี แอลทีดี (บีเอ็มบี) นอกจากนี้เอไอเอสยังมีบริการ โทรทางไกลต่างประเทศผ่านรหัส 005 หรือ 00500 เพื่อให้ลูกค้าสามารถสื่อสารแบบไร้พรมแดนครอบคลุม 240 ประเทศปลายทางทั่วโลกซึ่งดำเนินการโดยบริษัท เอไอเอ็น โกลบอลคอม จำกัด (เอไอเอ็น)

ในปีที่ผ่านมาเอไอเอสได้ขยายขีดความสามารถของเครือข่ายเพื่อรองรับการใช้งานด้านบริการ ข้อมูลที่สูงขึ้น เพื่อตอบสนองแนวทางการใช้ชีวิตของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของ เทคโนโลยี ให้ลูกค้าเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างต่อเนื่องผ่านเครือข่ายคุณภาพ 3G, WiFi, และ EDGE+ โดยล่าสุดที่ผ่านมาเอไอเอสได้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ที่เหนือกว่าเดิมผ่านบริการ

3G บนคลื่น 900 เมกะเฮิรตซ์ กว่า 1,884 สถานี ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล และอีก 9 จังหวัดเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังได้ร่วมมือกับบริษัท จัสมิน อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) พันธมิตรทางธุรกิจให้บริการ WiFi ที่ความเร็วสูงสุดถึง 6 เมกะบิตต่อวินาที จำนวนกว่า 70,000 จุดทั่วประเทศ รวมถึงได้ต่อยอดเทคโนโลยี "EDGE+" ที่ได้พัฒนาในปีที่แล้วให้ครอบคลุมทั่วประเทศ ซึ่งเหนือกว่า EDGE ทั่วไปด้วยความเร็วในการอัปโหลดที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 50 สูงสุด 236 กิโลบิตต่อวินาที และความเร็วในการดาวน์โหลดเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 สูงสุด 296 กิโลบิตต่อวินาที นอกจากนี้ลูกค้ายังสามารถใช้บริการทางเสียงไปพร้อมกับการเชื่อมต่อ อีกทั้งได้จัดตั้ง บริษัท ไมโมเทค จำกัด (เอ็มเอ็มที) ทำหน้าที่เป็นศูนย์รวบรวมและบริหารคอนเทนต์ และแอปพลิเคชัน ซึ่งช่วยส่งเสริมบริการต่างๆ ของเอไอเอส และบริษัทอื่นๆ ในเครือ ที่จะตอบสนองความต้องการการใช้บริการข้อมูลที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีบริษัทในเครือที่รองรับการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ต เช่น บริษัท แอดวานซ์ ไร้เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด (แอดดับบลิวเอ็น) ให้บริการด้านโทรคมนาคม บริการโครงข่ายโทรคมนาคม และระบบคอมพิวเตอร์ และเอไอเอสยังให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานโดยมุ่งเน้นเรื่องการให้บริการด้านข้อมูลต่างๆ เช่น ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) บริการอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศ (Internet gateway) บริการเสียงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Voice over IP) และบริการโทรทัศน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (IP Television) ผ่านทางบริษัท ซุปเปอร์ บรอดแบนด์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (เอสบีเอ็น) อีกทั้งมีธุรกิจให้บริการสื่อสารข้อมูลผ่านทางเครือข่ายสายโทรศัพท์ และสาย Optical Fiber บริการรับฝาก Server และรับฝากข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต บริการให้เช่าใช้พื้นที่ทำเว็บไซต์ (Web Hosting) รวมถึงการให้บริการอินเทอร์เน็ตครบวงจรผ่านทางบริษัท แอดวานซ์ ดาต้าเน็ตเวิร์ค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด (เอดีซี) อีกด้วย

### กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

เป็นผู้นำที่ขับเคลื่อนอย่างไม่หยุดนิ่งในการสร้างสรรค์ และนำเสนอบริการ ทาง การสื่อสาร ที่ผสมผสานในรูปแบบต่างๆ จากเครือข่ายสื่อสารโทรคมนาคม

- มุ่งมั่นสรรหาบริการใหม่ๆ ที่มีความพิเศษและแตกต่างซึ่งสอดคล้องการใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้ใช้บริการ

- มีเป้าหมายที่จะรักษาความเป็นผู้นำในด้านส่วนแบ่งรายได้ และมีผลกำไรที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

- มุ่งมั่นในการเพิ่มคุณค่าองค์กรและบุคลากร เพื่อให้ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ผู้ใช้บริการ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้มูลค่าที่สูงขึ้น

- มุ่งมั่นในการดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคมของเราอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องตลอดไป

### การบริหารเงินทุน

บริษัทมีเป้าหมายที่จะบริหาร โครงสร้างเงินทุนให้มีความแข็งแกร่งในระดับที่เหนือกว่าบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน และพยายามคงสถานะอันดับเครดิตในระดับที่สามารถลงทุนได้ (investment grade) ซึ่งจะทำให้บริษัทมีสถานะการเงินที่มีความพร้อมและมีความคล่องตัวสูงในการเติบโตธุรกิจเมื่อเทียบกับคู่แข่ง อันหมายรวมถึงการมีแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย ความสามารถในการจัดหาเงินทุนที่คล่องตัว และมีระดับต้นทุนที่เหมาะสม

ในระยะ 3-5 ปี อุตสาหกรรมโทรคมนาคมของไทยอาจมีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ซึ่งจำเป็นต้องมีการลงทุนเพิ่มเติม ซึ่งบริษัทเชื่อว่าโครงสร้างเงินทุนของบริษัทมีความพร้อมสำหรับการขยายการเติบโตต่อไปในอนาคต และเชื่อว่าบริษัทยังสามารถเพิ่มระดับหนี้ที่มีอยู่ได้ในปัจจุบันได้มากขึ้นเพื่อรองรับการขยายธุรกิจ

### ผลิตภัณฑ์และบริการ

ผลิตภัณฑ์และบริการหลักที่ เอไอเอส ให้แก่ลูกค้าคือบริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งในระบบเติมเงินและระบบชำระค่าบริการรายเดือน โดยมีสัดส่วนลูกค้าในระบบเติมเงินร้อยละ 90 ของฐานลูกค้าทั้งหมด และมีสัดส่วนในระบบชำระค่าบริการรายเดือนร้อยละ 10 ในขณะที่สัดส่วนรายได้หลักมาจากลูกค้าระบบเติมเงินร้อยละ 68 และจากลูกค้าในระบบชำระค่าบริการรายเดือนอีกร้อยละ 25 รายได้อื่นๆ (บริการโทรข้ามแดนระหว่างประเทศ, โทรศัพท์ระหว่างประเทศ) ร้อยละ 7



#### 4.1.2 ภาพรวมของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ และลักษณะการใช้บริการ

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	211	52.75
ชาย	189	47.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

เพศ จากการศึกษาค้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 และเป็นเพศชายจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	88	22.00
21 – 30 ปี	77	19.25
31 – 40 ปี	81	20.25
41 – 50 ปี	63	15.75
51 – 60 ปี	56	14.00
มากกว่า 60 ปี	35	8.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

อายุ จากการศึกษาค้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุไม่เกิน 20 ปีมากที่สุด จำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 22.00 รองลงมามีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 81 คนคิดเป็นร้อยละ 20.25 อันดับต่อมามีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 19.25 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 15.75 อายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 56 คนคิดเป็นร้อยละ 14.00 และอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	173	43.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.	89	22.25
อนุปริญญา / ปวส.	70	17.50
ปริญญาตรี	56	14.00
สูงกว่าปริญญาตรี	12	3.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

**ระดับการศึกษา** จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลาย 89 คนคิดเป็นร้อยละ 22.25 อนุปริญญาหรือเทียบเท่าจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ปริญญาตรีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ และมีเพียง 12 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 3.00 ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	179	44.75
สมรส	147	36.75
แยกกันอยู่ / หย่าร้าง	36	9.00
หม้าย	38	9.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

**สถานภาพ** จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสดจำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.75 สถานภาพสมรสจำนวน 147 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.75 สำหรับสถานภาพแยกกันอยู่หรือหย่าร้าง และหม้าย มีเพียง 74 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 18.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	113	28.25
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	52	13.00
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	77	19.25
เกษตรกรกรรม	66	16.50
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	79	19.75
พ่อบ้าน/แม่บ้าน (ไม่ได้ทำงาน)	13	3.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

อาชีพ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมาคืออาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 อาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 อาชีพเกษตรกรกรรมจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ส่วนอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และพ่อบ้านแม่บ้าน มีเพียงร้อยละ 13.00 และร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	172	43.00
5,001 – 10,000 บาท	144	36.00
10,001 – 15,000 บาท	51	12.75
15,001 – 20,000 บาท	18	4.50
มากกว่า 20,000 บาท	15	3.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** จากการศึกษาพบว่า เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา จึงมีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน เป็นจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาคือมีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001- 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 12.75 และกลุ่มตัวอย่างที่เหลือมีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน และมากกว่า 20,000 บาทต่อเดือนเพียงร้อยละ 4.50 และ 3.75 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.7** แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระบบเครือข่ายโทรศัพท์ที่ใช้

ระบบเครือข่ายโทรศัพท์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
AIS อย่างเดียว	126	31.50
DTAC อย่างเดียว	83	20.75
True Move อย่างเดียว	106	26.50
<b>รวมใช้ 1 เครือข่าย</b>	<b>315</b>	<b>78.75</b>
AIS กับ DTAC	20	5.00
AIS กับ True Move	41	10.25
DTAC กับ True Move	22	5.50
อื่นๆ	2	0.50
<b>รวมใช้มากกว่า 1 เครือข่าย</b>	<b>85</b>	<b>21.25</b>
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

**ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้บริการ** จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS อย่างเดียวจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือระบบ True Move อย่างเดียว จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ระบบ DTAC อย่างเดียว จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 รวมผู้ใช้บริการที่ใช้เครือข่ายเพียง 1 เครือข่ายทั้งหมด 315 คน หรือร้อยละ 78.75 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ที่เหลืออีก 85 คน หรือร้อยละ 21.25 ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มากกว่า 1 เครือข่าย โดยใช้บริการเครือข่าย AIS กับ True Move มากที่สุดจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 รองลงมาคือใช้เครือข่าย DTAC กับ True Move จำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 5.50 และใช้เครือข่าย AIS กับ DTAC จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ มีเพียงร้อยละ 0.50 ที่ใช้ระบบเครือข่ายอื่นๆ ได้แก่ Hutch กับ DTAC และ Hutch กับ True Move

**ตารางที่ 4.8** แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อสนทนาพูดคุย	137	34.25
เพื่อใช้บริการอินเทอร์เน็ต	115	28.75
เพื่อใช้ส่ง SMS	96	24.00
อื่นๆ	52	13.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

**วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ** จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสนทนาพูดคุยจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมาคือใช้เพื่อใช้บริการอินเทอร์เน็ต จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 ใช้เพื่อส่ง SMS จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น เพื่อใช้บริการเสริมต่างๆ เพื่อรับสิทธิพิเศษ เป็นต้น อีกจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

**ตารางที่ 4.9** แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อวัน

ความถี่ต่อวันในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ครั้งต่อวัน	201	50.25
2 – 3 ครั้งต่อวัน	108	27.00
มากกว่า 3 ครั้งต่อวัน	91	22.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

**ความถี่ต่อวันในการใช้บริการ** จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่เกิน 1 ครั้งต่อวัน เป็นจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมาใช้บริการเครือข่ายประมาณ 2-3 ครั้งต่อวัน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 และอีกจำนวน 91 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 22.25 จะใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 3 ครั้งต่อวัน

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 300 บาท	154	38.50
300 – 500 บาท	158	39.50
มากกว่า 500 บาท	88	22.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

ค่าใช้จ่ายต่อเดือนโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในการใช้บริการประมาณ 300 – 500 บาทต่อเดือน โดยมีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองมาคือไม่เกิน 300 บาทต่อเดือน จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน และค่าใช้จ่ายมากกว่า 500 บาทต่อเดือนมีเพียง 88 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.00

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางการชำระค่าบริการหลัก

ช่องทางชำระค่าบริการหลัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เติมเงินออนไลน์	254	63.50
บัตรเติมเงิน	23	5.75
ศูนย์ผู้ให้บริการเครือข่าย	27	6.75
จุดรับชำระค่าบริการ	96	24.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

ช่องทางหลักในการชำระค่าบริการ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้ช่องทางการเติมเงินออนไลน์ในการชำระค่าบริการ โดยมีจำนวนถึง 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือไปชำระที่จุดรับชำระค่าบริการต่างๆ เช่น 7-Eleven ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น โดยมีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ชำระที่ศูนย์ผู้ให้บริการเครือข่ายจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 มีเพียงร้อยละ 5.75 ที่ยังใช้บัตรเติมเงิน

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้บริการ

ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	162	40.50
1 – 2 ปี	107	26.75
มากกว่า 2 ปี	131	32.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

**ระยะเวลาการใช้บริการ** จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ปัจจุบันมาเป็นระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือใช้บริการมากกว่า 2 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 และใช้มาเป็นเวลา 1-2 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการที่จะเปลี่ยนไปใช้เครือข่ายอื่น

ความต้องการเปลี่ยนเครือข่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการเปลี่ยนเครือข่าย		
- AIS	15	3.75
- DTAC	2	0.50
- True Move	4	1.00
ไม่ต้องการเปลี่ยนเครือข่าย	379	94.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

**ความต้องการเปลี่ยนเครือข่าย** จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ต้องการเปลี่ยนเครือข่าย โดยมีจำนวนถึง 379 คน คิดเป็นร้อยละ 94.75 มีเพียงร้อยละ 5.25 ที่ต้องการเปลี่ยนเครือข่าย โดยมีร้อยละ 3.75 ต้องการเปลี่ยนเครือข่ายเป็นระบบ AIS รองลงมาคือระบบ True Move ร้อยละ 1.00 และ ระบบ DTAC ร้อยละ 0.50

## 4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของผู้บริโภคในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของผู้บริโภคในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimate : MLE) และเทคนิคการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal effects พบว่า ค่า Log likelihood function มีค่าเท่ากับ -31.87812 ค่า Restricted log likelihood มีค่าเท่ากับ -153.6534 ค่า Chi squared มีค่าเท่ากับ 243.5505 ค่าความถูกต้องของการทำนายเท่ากับร้อยละ 94.59459 โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS ของผู้บริโภคในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99 เปอร์เซนต์ ได้แก่ เพศของกลุ่มตัวอย่าง ( $X_1$ ) ความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อวัน ( $X_9$ ) ประสิทธิภาพการรับส่งสัญญาณของเครือข่ายสูง ( $X_{10}$ ) การเปิดใช้บริการเครือข่ายที่ง่ายและสะดวก ( $X_{12}$ ) การรองรับระบบ 3G ( $X_{13}$ ) ความคุ้นเคยต่อตราสินค้า ( $X_{27}$ ) และการเป็นที่นิยมและเป็นที่รู้จักมาอย่างยาวนาน ( $X_{28}$ ) ซึ่งจะเรียงลำดับตามความสำคัญจากมากไปน้อยดังนี้

**การเปิดใช้บริการเครือข่ายที่ง่าย และสะดวก ( $X_{12}$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก สามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างคิดว่า การเปิดใช้บริการเครือข่ายง่ายและสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS ก็จะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสที่จะเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS มากขึ้น และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS จากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.78246 สามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างคิดว่า การเปิดใช้บริการเครือข่ายที่ง่ายและสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS แล้ว จะมีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS เพิ่มขึ้นร้อยละ 78.24 ด้วยความเชื่อมั่น 99 เปอร์เซนต์ เนื่องด้วยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีผู้สูงอายุและวัยแรงงานจำนวนไม่น้อย และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย การเปิดใช้บริการเครือข่ายที่ง่าย สะดวก และไม่ซับซ้อนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด

**การเป็นที่นิยมและเป็นที่รู้จักมาอย่างยาวนาน ( $X_{28}$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก สามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างคิดว่า การเป็นที่นิยมและเป็นที่รู้จักมาอย่างยาวนานมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS ก็จะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสที่จะเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS มากขึ้น และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS จากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.5272 สามารถอธิบาย

ได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าความเป็นที่นิยมและเป็นที่ยอมรับมาอย่างยาวนานมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS แล้ว จะมีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS เพิ่มขึ้นร้อยละ 52.72 ด้วยความเชื่อมั่น 99 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากช่วยสร้างความมั่นใจความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค ทำให้ง่ายต่อการยอมรับของผู้บริโภคจึงทำให้ปัจจัยนี้สำคัญมาก

**ประสิทธิภาพการรับส่งสัญญาณของเครือข่ายสูง ( $X_{10}$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก สามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าประสิทธิภาพการรับส่งสัญญาณของเครือข่ายที่สูงมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS ก็จะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสที่จะเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS มากขึ้น และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการเลือกใช้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS จากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.40219 สามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าประสิทธิภาพการรับส่งสัญญาณของเครือข่ายที่สูงมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS แล้ว จะมีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS เพิ่มขึ้นร้อยละ 40.219 ด้วยความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์

**เพศของกลุ่มตัวอย่าง ( $X_1$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ สามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างก็มีโอกาสที่จะเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS มากขึ้น และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการเลือกใช้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS จากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ -0.40087 สามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงแล้ว จะมีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS เพิ่มขึ้นร้อยละ 40.087 ด้วยความเชื่อมั่น 90 เปอร์เซ็นต์ อาจเนื่องมาจากว่าในการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้มีจำนวนเพศหญิงมากกว่าเพศชายจึงมีความเป็นไปได้มากกว่าที่เพศหญิงจะเลือกใช้บริการมากกว่า

**ความคุ้นเคยต่อตราสินค้า ( $X_{27}$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก สามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างคิดว่า ความคุ้นเคยต่อตราสินค้ามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS ก็จะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสที่จะเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS มากขึ้น และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการเลือกใช้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS จากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.27028 สามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าความคุ้นเคยต่อตราสินค้ามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS แล้ว จะมีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.028 ด้วยความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากการที่ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยต่อตราสินค้า เช่น อาจเคยเห็นจากบุคคลใกล้ชิดใช้ ก็อาจจะทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกอยากใช้มากขึ้น

**การรองรับระบบ 3G ( $X_{13}$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก สามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างคิดว่า การรองรับระบบ 3G มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS ก็จะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสที่จะเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS มากขึ้น และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการเลือกใช้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS จากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.21511 สามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างคิดว่า การรองรับระบบ 3G มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS แล้ว จะมีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.511 ด้วยความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา และหลายอาชีพ เช่นกลุ่มพนักงานบริษัท ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ที่ต้องใช้การสื่อสารนอกเหนือจากการพูดคุยอย่างเดียว ดูได้จากวัตถุประสงค์ในการใช้บริการที่มีผู้ใช้บริการเพื่อใช้อินเตอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ระบบ 3G เป็นระบบการสื่อสารที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

**ความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อวัน ( $X_2$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ สามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่เกิน 3 ครั้งต่อวันกลุ่มตัวอย่างก็มีโอกาสที่จะเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS มากกว่ากลุ่มที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อวัน และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการเลือกใช้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS จากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าเท่ากับ -0.08076 สามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่เกิน 3 ครั้งต่อวัน มีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.076 ด้วยความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าอัตราค่าบริการของระบบ AIS ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับระบบเครือข่ายอื่นๆ ดูได้จากผลการศึกษาด้านปัญหาของการใช้บริการที่พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มองว่าด้านราคามีปัญหา แต่เลือกใช้บริการเพราะคุณภาพของเครือข่ายเป็นสำคัญ ดังนั้นหากผู้บริโภคมีความถี่ในการใช้บริการต่อวันมากก็มีโอกาสที่จะเลือกใช้บริการระบบ AIS น้อยกว่าเพราะอาจมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าระบบอื่น

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิท โดยวิธีการ Maximum Likelihood Estimates

ตัวแปรอิสระ	Maximum Likelihood Estimate			
	Coefficient	Standard Error	T- ratio	Prob
ค่าคงที่	-38.19099	0.15006	0.0000	1.0000
เพศ ( $X_1$ )	-1.89163	0.97806	-1.934*	0.0531
อายุ ( $X_2$ )	0.03605	0.06653	0.542	0.5879
สถานภาพ ( $X_3$ )	-1.25444	1.53283	-0.818	0.4131
การศึกษา ( $X_4$ )	-1.54404	0.98066	-1.574	0.1154
รายได้ ( $X_5$ )	-0.00010	0.00012	-0.879	0.3792
อาชีพ ( $X_6$ )	0.36487	1.30786	0.279	0.7803
จำนวนเครือข่าย ( $X_7$ )	-1.34251	1.27528	-1.053	0.2925
วัตถุประสงค์การใช้ ( $X_8$ )	-0.15362	1.34482	-0.114	0.9091
ความถี่ในการใช้ ( $X_9$ )	-2.69987	1.14365	-2.361**	0.0182
ประสิทธิภาพสัญญาณ ( $X_{10}$ )	5.58822	2.51298	2.224**	0.0262
เครือข่ายครอบคลุม ( $X_{11}$ )	34.89618	0.15006	0.000	1.0000
เปิดใช้งาน สะดวก ( $X_{12}$ )	5.21328	1.81820	2.867***	0.0041
รองรับระบบ 3G ( $X_{13}$ )	4.22978	2.15410	1.964**	0.0496
แพ็คเกจหลากหลาย ( $X_{14}$ )	-0.02116	2.49801	-0.008	0.9932
มีชื่อเสียง ( $X_{15}$ )	-0.88364	3.03576	-0.291	0.7710
ค่าโทรเหมาะสม ( $X_{16}$ )	-2.01044	2.38329	-0.844	0.3989
ค่าบริการอื่นเหมาะสม ( $X_{17}$ )	4.68590	5.53717	0.846	0.3974
ค่าซิมการ์ดเหมาะสม ( $X_{18}$ )	1.09098	1.98208	0.550	0.5820
ระยะโปรโมชันนาน ( $X_{19}$ )	-0.57164	1.61894	-0.353	0.7240
มีสิทธิพิเศษ ( $X_{20}$ )	-0.10736	1.72328	-0.062	0.9503

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : \*\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.10

Log likelihood function -31.87812

Restricted log likelihood -153.6534

Chi square 243.5505

Accuracy of prediction 94.59%

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	Maximum Likelihood Estimate			
	Coefficient	Standard Error	T- ratio	Prob
บริการเสริมหลากหลาย( $X_{21}$ )	-3.06865	3.82738	-0.802	0.4227
การโฆษณาผ่านสื่อ ( $X_{22}$ )	2.20068	2.09119	1.052	0.2926
พนักงานสุภาพ ( $X_{23}$ )	-1.41998	1.57533	-0.901	0.3674
ศูนย์ให้บริการติดต่อย่าง ( $X_{24}$ )	0.51377	2.17033	0.237	0.8129
ที่ชำระค่าบริการมีมาก ( $X_{25}$ )	2.31669	1.95499	1.185	0.2360
หาซื้อได้ง่าย ( $X_{26}$ )	1.62648	2.41742	0.673	0.5011
ความคุ้นเคยต่อสินค้า ( $X_{27}$ )	4.05886	1.71574	2.366**	0.0180
เป็นที่นิยม รู้จักมานาน ( $X_{28}$ )	3.25672	1.21496	2.681***	0.0074
บุคคลใกล้ชิด ( $X_{29}$ )	1.12593	1.54484	0.729	0.4661
ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ( $X_{30}$ )	-1.09148	0.96057	-1.136	0.2558
ผลิตภัณฑ์ของรายอื่น ( $X_{31}$ )	0.70828	1.37851	0.514	0.6074
ค่าบริการของรายอื่น ( $X_{32}$ )	0.94277	2.06082	0.457	0.6473
การส่งเสริมของรายอื่น ( $X_{33}$ )	0.31655	2.44066	0.130	0.8968
ช่องทางฯ ของรายอื่น ( $X_{34}$ )	1.19830	1.68980	0.709	0.4782

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : \*\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.10

Log likelihood function -31.87812

Restricted log likelihood -153.6534

Chi square 243.5505

Accuracy of prediction 94.59%

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ โดยวิธี Marginal effect

ตัวแปรอิสระ	Marginal effect			
	Coefficient	Standard Error	T - ratio	Prob
เพศ ( $X_1$ )	-0.40087	0.08355	-4.798***	0.0000
ความถี่ในการใช้ ( $X_9$ )	-0.08076	0.14024	-0.576*	0.0565
ประสิทธิภาพสัญญาณ ( $X_{10}$ )	0.40219	0.09360	4.297***	0.0000
เปิดใช้งาน สะดวก ( $X_{12}$ )	0.78246	0.05453	14.349***	0.0000
รองรับระบบ 3G ( $X_{13}$ )	0.21511	0.12452	1.727*	0.0841
ความคุ้นเคยต่อสินค้า ( $X_{27}$ )	0.27028	0.08706	3.105***	0.0019
เป็นที่นิยม รู้จักมานาน ( $X_{28}$ )	0.52720	0.12876	4.095***	0.0000

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : \*\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.10

### 4.3 ปัญหา และข้อเสนอแนะจากการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

#### 4.3.1 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS จำแนกตามปัญหาที่พบจากการใช้บริการ

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	11	5.88
ปัญหาด้านราคา	27	14.44
ปัญหาด้านการส่งเสริมการขาย	24	12.83
ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	21	11.23
ไม่มีปัญหา	104	55.62
<b>รวม</b>	<b>187</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาจากการใช้บริการ โดยมีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 55.62 และที่เหลืออีกจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 44.38 พบปัญหาจากการใช้บริการ

ปัญหาที่พบบมากที่สุดคือปัญหาด้านราคา มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 14.44 ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS ทั้งหมด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าราคาค่าบริการ ค่าหมายเลข รวมถึงค่าโปร โมชันต่างๆ ยังถือว่าอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังให้อัตราค่าบริการปรับตัวลดลงอีกเล็กน้อย

ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างพบอันดับรองลงมาคือ ปัญหาด้านการส่งเสริมการขาย มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.83 ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS ทั้งหมด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบางส่วนเห็นว่าบริการเสริมบางอย่าง เช่น บริการด้านข้อมูล ข้อความ มัลติมีเดีย ไม่ว่าจะเป็น เกม ข่าวสาร ดูดวง หรือบริการเสียงรอสาย มีการให้ข้อมูลที่ไม่ชัดเจนเกี่ยวกับการรับบริการ ทำให้ในบางครั้งผู้บริโภคได้รับบริการนั้น โดยที่ไม่ได้ยินยอม และบางครั้งก็ไม่ได้รับหมายเลขโทรศัพท์ที่ให้ผู้บริโภคสามารถติดต่อกลับได้

ปัญหาอันดับต่อมาคือ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 11.23 ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS ทั้งหมด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบางส่วนเห็นว่าช่องทางการชำระค่าบริการ หรือสถานที่เดิมเงินยังมีไม่เพียงพอ โดยเฉพาะในบางพื้นที่ หรือบางตำบลที่ห่างไกลจากตัวเมืองสันกำแพง

อันดับสุดท้ายคือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88 ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS ทั้งหมด ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก และปัญหาที่ผู้บริโภคประสบ เช่น สัญญาณไม่ต่อเนื่องขาดหายเป็นบางช่วงเวลา และมีปัญหาในด้านซิมการ์ดที่ใกล้หมดเขตการเปิดให้บริการแล้ว แต่มาวางจำหน่ายให้กับผู้บริโภค โดยที่ไม่ได้ระบุรายละเอียดให้แน่ชัด

#### 4.3.2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งที่ใช้และไม่ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS มีความคาดหวังให้ทางผู้ให้บริการปรับลดอัตราค่าบริการลง แต่ก็มีบางส่วนที่พอใจที่เครือข่ายระบบ AIS มีจุดเด่นที่คุณภาพสัญญาณค่อนข้างสูง และค่อนข้างครอบคลุมทุกพื้นที่ นอกจากนี้ยังอยากให้ผู้บริการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และช่องทางการชำระค่าบริการให้เพียงพอมากขึ้น โดยอาจส่งเสริมและสนับสนุนให้มีตัวแทนผู้จัดจำหน่าย หรือตัวแทนเดิมเงินให้มากยิ่งขึ้น หากผู้ให้บริการสามารถทำได้ อาจทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS มากขึ้น