

## บทที่ 5

### บทสรุป และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเอไอเอส ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 ประการดังนี้ ประการแรกเพื่อทราบถึงลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่และลักษณะการให้บริการ และประการที่สองเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของผู้บริโภคในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย พบว่า ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่งนั้นมีลักษณะดังต่อไปนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 211 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.75 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงสามกลุ่มคือ ไม่เกิน 20 ปี จำนวน 88 รายคิดเป็นร้อยละ 22.00 ช่วง 31-40 ปี จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.25 และช่วง 21-30 ปี จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.25 โดยมีสถานภาพโสดจำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.75 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ยังต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 173 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.25 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษาจำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.25 และมีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 172 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.00

ส่วนลักษณะโดยรวมของการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโคนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเพียง 1 เครือข่าย จำนวน 315 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.75 โดยในจำนวนนี้เป็นผู้ที่ใช้บริการเครือข่ายระบบ AIS จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 และมีผู้ที่ใช้บริการตั้งแต่ 2 เครือข่ายขึ้นไปจำนวน 85 รายคิดเป็นร้อยละ 21.25 โดยในจำนวนนี้มีผู้ที่ใช้บริการเครือข่าย AIS จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.25 ของผู้บริโภคทั้งหมด รวมแล้วมีกลุ่มตัวอย่างใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS จำนวน 187 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.75 สำหรับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสนทนาติดต่อสื่อสาร จำนวน 137 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.25 ความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่คือ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อวัน จำนวน 201 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.25 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยเฉลี่ยประมาณ 300 – 500 บาทต่อเดือน

จำนวน 158 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.50 ช่องทางหลักในการชำระค่าบริการคือ เดิมเงินออนไลน์ จำนวน 254 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.50 ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเครือข่าย ส่วนใหญ่น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 162 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.50 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ต้องการเปลี่ยนเครือข่าย หรือต้องการใช้เครือข่ายเดิมต่อไป เป็นจำนวนถึง 379 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.75 ที่เหลือเป็นผู้ที่ต้องการเปลี่ยนเครือข่ายจำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.25 โดยในจำนวนนี้มีผู้บริโภครายที่ต้องการเปลี่ยนเครือข่ายมาใช้บริการของระบบ AIS จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ของผู้ที่ต้องการเปลี่ยนเครือข่ายทั้งหมด

ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการศึกษาโดยใช้แบบจำลองโลจิสติก (Logit Model) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimates : 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 เปอร์เซ็นต์ ที่มีผลกระทบสำคัญที่สุดคือ การเปิดใช้บริการเครือข่ายที่ง่าย และสะดวก รองลงมาคือ การเป็นที่นิยมและเป็นที่รู้จักมาอย่างยาวนาน ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุดคือ ประสิทธิภาพการรับส่งสัญญาณของเครือข่ายที่สูง รองลงมาคือความคุ้นเคยต่อตราสินค้า การรองรับระบบ 3G และความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อวัน ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90 เปอร์เซ็นต์ คือ เพศของกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนของปัญหา และข้อเสนอแนะจากการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีปัญหาคิดเป็นร้อยละ 55.62 และบางส่วนเห็นว่า มีปัญหาในการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 44.38 โดยแบ่งเป็นปัญหาด้านต่างๆ ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาดังนี้ ปัญหาด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 14.41 ปัญหาด้านการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 12.83 ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 11.23 และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 5.88 สำหรับข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งที่ใช้และไม่ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS มีความคาดหวังให้ทางผู้ให้บริการปรับลดอัตราค่าบริการลง นอกจากนี้ยังอยากให้ผู้บริการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และช่องทางการชำระค่าบริการให้เพียงพอมากขึ้น

## 5.2 การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากในการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS เพราะจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายระบบ AIS ของผู้บริโภคในด้านนี้คือ การมีประสิทธิภาพการรับส่งสัญญาณสูงกว่าผู้ให้บริการรายอื่น นอกจากนั้นยังเปิดให้บริการง่าย สะดวก และเป็นระบบเครือข่ายที่มีศักยภาพในการรองรับระบบ 3G ส่วนปัญหาที่ผู้บริโภคพบในด้านผลิตภัณฑ์นี้มีค่อนข้างน้อยเพียงร้อยละ 5.88 แต่ทั้งนี้ผู้ให้บริการก็ไม่ควรเพิกเฉยเพราะเป็นปัจจัยที่ผู้ให้บริการสามารถควบคุมได้ ควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้สัญญาณมีความต่อเนื่อง สายไม่หลุดง่าย พร้อมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีต่อไป เช่นรองรับระบบ 3G ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อเป็นการยกระดับการบริการ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านสังคม และวัฒนธรรมก็เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS เนื่องจาก จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายระบบ AIS ของผู้บริโภคในด้านนี้คือ การที่ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับตราสินค้า และการที่สินค้าเป็นที่นิยมและเป็นที่ยอมรับอย่างยาวนาน จุดนี้จึงถือเป็นข้อได้เปรียบของผู้ให้บริการเครือข่าย AIS ที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการเครือข่ายนี้ เพราะถึงแม้ปัจจัยในด้านสังคมและวัฒนธรรมผู้ให้บริการจะไม่สามารถควบคุมได้ แต่หากผู้ให้บริการสามารถรักษามาตรฐานการให้บริการ และชื่อเสียงที่สั่งสมมาได้เป็นอย่างดี ก็จะสามารถรักษามาตรฐานลูกค้าได้ควบคู่ไปกับการขยายฐานลูกค้า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แม้ว่าจะไม่ใช่ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS แต่ผู้บริโภคบางส่วนก็ประสบปัญหาในด้านนี้อยู่ แม้ผู้ให้บริการจะพยายามพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ควรเร่งพิจารณาในส่วนของการขยายให้มีศูนย์บริการของบริษัทให้ครอบคลุมพื้นที่ห่างไกล และส่งเสริมให้มีตัวแทนจำหน่ายใกล้บ้านมากขึ้น ที่สามารถเป็นช่องทางในการชำระค่าบริการ และช่องทางการจำหน่ายได้ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึงมากขึ้น

ในส่วนของปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนนี้มากในการเลือกใช้เครือข่าย AIS หรือปัจจัยเหล่านี้ไม่ได้ส่งผลต่อการเลือกใช้เครือข่าย AIS เพราะจากการศึกษาในด้านปัญหาผู้บริโภคส่วนใหญ่ประสบปัญหาในด้านราคามากกว่าด้านอื่น แต่ทั้งนี้ผู้บริโภทยังคงเลือกใช้บริการเครือข่าย AIS เนื่องจากด้วยคุณภาพของเครือข่ายเป็นสำคัญ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการไม่ได้มาจากการมองว่าราคามีความเหมาะสม

นอกจากนี้ จากการศึกษาผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ใช้เครือข่าย AIS ก็มีความถี่ในการใช้บริการน้อยกว่า 3 ครั้งต่อวัน ซึ่งค่าบริการก็จะไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้เพราะจะไม่แตกต่างกันมากนักเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น แต่หากผู้บริโภคที่มีความถี่ในการใช้บริการมากในแต่ละวัน ก็มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้เครือข่ายนี้ลดลง ดังนั้นการดำเนินกลยุทธ์ด้านราคาก็เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการไม่ควรมองข้าม เพราะหากผู้ให้บริการรายอื่นสามารถพัฒนาคุณภาพให้เท่าเทียมได้ นั่นหมายความว่าการแข่งขันด้านราคาจะมีความสำคัญมากขึ้น

ในส่วนของปัจจัยด้านผู้ให้บริการรายอื่นนั้น ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์ระบบ AIS ของผู้บริโภค แต่ถึงอย่างไรก็ตามทางบริษัทก็ควรคำนึงถึงผู้ร่วมดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกันเป็นสำคัญ เพื่อที่จะได้รู้จักวิธีการดำเนินกลยุทธ์ และสามารถรับมือได้ทันทั่วทั้ง

### 5.3 ข้อจำกัดของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ทำในขอบเขตที่ค่อนข้างกว้าง จึงทำให้ผลการศึกษามีลักษณะแบบโดยรวม ไม่เจาะจงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

ดังนั้นเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการที่แท้จริงของแต่ละกลุ่มลูกค้า ในการศึกษาครั้งต่อไป

5.4.1 ทำการศึกษาโดยการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง เช่น ศึกษาโดยแบ่งกลุ่มตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น และอาจทำการศึกษาในพื้นที่ที่ต่างออกไปแล้วนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกัน จะทำให้เห็นผลชัดขึ้น

5.4.2 ทำการศึกษาผู้ให้บริการเครือข่ายรายอื่นที่มีส่วนแบ่งการตลาดน้อยกว่า เช่น ผู้ให้บริการเครือข่ายระบบ DTAC หรือ True Move เพื่อจะได้เป็นประโยชน์แก่บริษัทไม่มากนักน้อยในการที่จะได้นำข้อมูลไปพัฒนาปรับปรุงเครือข่ายให้มีศักยภาพในการแข่งขันได้ดียิ่งขึ้น เพราะหากคำนึงถึงในเรื่องการผูกขาดแล้ว การเอื้อประโยชน์ให้แต่ในธุรกิจผู้ให้บริการที่มีส่วนแบ่งการตลาดมาก ก็จะเป็นการส่งเสริมการผูกขาดให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น