

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาลักษณะ โดยรวมของการใช้แพ็คเกจบริการข้อมูล 3G ของผู้บริโภคนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVEH มากที่สุดจำนวน 172 ราย คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมา ใช้เครือข่าย DTAC จำนวน 168 ราย คิดเป็นร้อยละ 42 และโดยส่วนใหญ่มีการใช้ปริมาณแพ็คเกจ 3G อยู่ในช่วง 1GB-2GB จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาใช้ในช่วง 500 MB- 750 MB จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ลักษณะภาพรวมของธุรกิจผู้ให้บริการ 3G ในประเทศไทย ในด้านสถานะผู้ให้บริการปัจจุบัน AIS มีผู้ใช้เลขหมายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54 ในด้านการโอนย้าย ผู้ให้บริการซึ่งส่วนใหญ่เป็นการโอนย้ายจากบริษัทในเครือจากบริการ 2G ไป 3G ซึ่ง AIS มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54 ในด้านอัตราค่าบริการ DTAC มีการลดค่าบริการ INTERNET ลงมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 43 ในด้านอัตรากำไรสุทธิในช่วงปี 55 ถึง ไตรมาสที่ 2/58 TRUEMOVEH มีอัตรากำไรเฉลี่ย ที่เพิ่มขึ้นมากที่สุด และจากการศึกษาพบว่า งบการเงินของบริษัท AIS จากปี 54-58 โดยเฉลี่ยมีอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นใน 4 ปีที่ผ่านมาเนื่องมาจาก AIS มีส่วนแบ่งการตลาดที่มากที่สุด เนื่องจาก AIS โดยผลกระทบจากการใช้ต้นทุนในการขยายเครือข่ายจึงน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับ DTAC และ ทรูมูฟ และการโอนย้ายผู้ให้บริการ ซึ่ง AIS มีการโอนย้ายเข้าของเลขหมายและจาก 2G มาเป็น 3G มากที่สุด และ AIS ได้มุ่งเน้นการขยายโครงข่ายอยู่แล้วจะยังไม่น่าจะมีผลกระทบจากการเพิ่มทุนของ TRUE และการขยายโครงข่ายของ DTAC ส่วนในด้านของ DTAC ในด้าน อัตรากำไรสุทธิ จากปี 54-58 ลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีแนวโน้มมาจากรับรู้ค่าธรรมเนียมนิยมและส่วนแบ่งรายได้ที่ลดลงจากการให้บริการภายใต้ระบบใบอนุญาตและเตรียมพร้อมสำหรับการหมดอายุของสัมปทานการให้บริการ และผลกระทบเชิงลบจากการเพิ่มทุนของทรู ซึ่ง DTAC ยังคงมุ่งเน้นแบบการลงทุนแบบระมัดระวัง ซึ่งอาจจะเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับ TRUE และ ADVANCE ท้ายสุดในด้านของ TRUEMOVEH อัตรากำไรสุทธิ จากปี 54-58 มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น แนวโน้มมาจาก TRUE อดฉีดเงินเพิ่มทุนซึ่งจะส่งผลให้การเงินของบริษัทดีขึ้นจากหนี้สินและดอกเบี้ยจ่ายที่ลดลงรวมทั้งได้จับมือกับ ไซน่าโมบายล์ จะส่งผลให้ TRUE ได้เปรียบในด้านการแข่งขัน ผลที่มาจากความสำเร็จในการปรับปรุงโครงสร้างทางการเงินและยุทธศาสตร์การขยายฐานลูกค้าแบบคอนเวอร์เจนซ์ทำให้ผลประกอบการและ

โครงสร้างเงินทุนของกลุ่มทรูแข็งแกร่งขึ้น ซึ่งถือได้ว่า TRUE เป็นผู้นำในด้านเชิงรุกในการสร้างฐานลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แพ็คเกจบริการข้อมูล 3G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอปง จังหวัดพะเยา ได้ทำการศึกษาโดยใช้แบบจำลอง โพรบิต แบบ ลำดับ (order probit) ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แพ็คเกจบริการข้อมูล 3G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอปง จังหวัดพะเยา ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพเกษตรกรรม รายได้ต่อเดือน เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวัน เครือข่ายผู้ให้บริการ 3G DTAC การมีพื้นที่ครอบคลุมคุณภาพความเร็วของสัญญาณ และการมีบริการหรือแพ็คเกจเสริมอื่นๆที่หลากหลาย

## 5.2 การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การมีบริการหรือแพ็คเกจเสริมอื่นๆที่หลากหลาย และการมีพื้นที่ครอบคลุมคุณภาพความเร็วของสัญญาณ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แพ็คเกจบริการข้อมูล 3G ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ให้บริการสามารถควบคุมได้ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรนำปัญหาที่เกิดจากทั้งสองปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมาปรับปรุงแก้ไข และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อช่วงชิงผลกำไรที่เพิ่มขึ้นและยังสามารถนำไปพัฒนาระบบในด้านต่างเพื่อนำไปสู่การให้บริการลูกค้าได้อย่างมั่นคง และยั่งยืนต่อไป

ส่วนปัจจัยทางด้านลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแพ็คเกจบริการข้อมูล 3G ในเขตอำเภอปง จังหวัดพะเยาซึ่งปัจจัยที่มีผลได้แก่ ระดับการศึกษาผู้ทำการศึกษาที่มีความเห็นว่า ถึงแม้ระดับการศึกษาจะมีผลต่อการเลือกใช้แพ็คเกจบริการข้อมูล ซึ่งเมื่อผู้ใช้บริการมีการศึกษาที่สูงขึ้น จะใช้ปริมาณ 3G ที่เพิ่มขึ้น ผู้ให้บริการควรจะทำการตลาดและส่งเสริมการขายสำหรับผู้ที่มีการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลายเป็นต้นไป และอาชีพเกษตรกรรมผู้ให้บริการก็ควรจะทำรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับรายได้และลักษณะอาชีพถึงแม้ว่าจะใช้ 3G น้อยกว่าอาชีพอื่นๆก็ตาม

## 5.3 ข้อจำกัดของการศึกษา

การศึกษานี้ทำในขอบเขตค่อนข้างกว้าง และมีระยะเวลาที่จำกัด จึงทำให้ผลการศึกษามีลักษณะแบบโดยรวมไม่เจาะจงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

เพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการที่แท้จริงของแต่ละกลุ่มลูกค้า ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรจะทำการศึกษาโดยการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง เช่น ศึกษาโดยแบ่งกลุ่มตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved