

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคสมัยนี้ตลาดธุรกิจด้านการให้บริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่และการสื่อสาร มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ปัจจัยของการขยายตัวของโทรศัพท์เคลื่อนที่คือ ความต้องการของลูกค้าที่มีเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และที่สำคัญเนื่องจากในปัจจุบันนี้นอกจากประชาชนใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อธุระในชีวิตประจำวันแล้ว ยังใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อสื่อสารในด้านต่างๆ อีกด้วย เช่น ด้านการทำงาน ,ด้านการนัดเจอพูดคุยกับลูกค้า ,ด้านการสื่อสารทาง INTERNET เป็นต้น

ในประเทศไทย มีบริษัทที่ให้บริการธุรกิจเครือข่ายโทรศัพท์อยู่ 4 ราย ประกอบด้วย บริษัท แอดวานซ์ อิน โฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS , บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ DTAC , บริษัท ทรู ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ TRUE และบริษัท อัททิสัน ซีเอที ไวร์เลส จำกัด หรือ HUTCH ดังนั้นจึงทำให้ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยมีทางเลือกในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มาก ดังนั้นบริษัทที่ให้บริการจึงนำกลยุทธ์ทางการตลาดมากมายมาดึงดูดลูกค้า และพยายามรักษาลูกค้าเก่าของตนเองเอาไว้ แต่ในการศึกษาครั้งนี้จะเลือกเพียง 1 บริษัท คือ บริษัท แอด วานซ์ อิน โฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS ว่าทำไมลูกค้าถึงเลือกที่จะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS มากเป็นอันดับ 1 ของระบบโทรศัพท์ที่เปิดให้บริการอยู่ในปัจจุบัน

บริษัท แอดวานซ์ อิน โฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS เป็นผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3 Brand คือ GSM ADVANCE ,GSM1800 ,1-2-Call ไม่นับรวม GSM900 ในระบบอนาล็อกที่กำลังจะเลิกทำไปในไม่ช้านี้ ดังนั้น บริษัทจึงให้บริการระบบเหล่านี้กระจายกันไปทั่วประเทศไทย โดยมีการให้บริการดังนี้

1. GSM ADVANCE ถือเป็นโปรดัคต์ที่พัฒนามาจาก GSM 2 WATTS มีบริการเสริมมาจากเดิม เป็น GPRS จะสร้างความแตกต่างในตัวเองและ เราพยายามจะดันให้เกิดในสิ่งที่เรียกว่า Data communication เราพยายามทำให้คนส่ง SMS MMS ผ่านระบบ GPRS ให้มากขึ้นเพื่อความสะดวกของการติดต่อสื่อสารเรามีการพัฒนาจากเดิม คือ ระบบ Non-voice application ที่สามารถพูดคุยกันได้มากกว่าเสียง สามารถสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น และหลากหลายและรวดเร็วยิ่งขึ้น และเพิ่มความมั่นใจให้คุณอย่างเต็มที่ด้วยระบบ Net work ที่สามารถครอบคลุมทั่วไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของคุณในทุกรูปแบบ และในปัจจุบันมีการพัฒนาเครือข่ายมากขึ้น เพื่อสอดคล้องกับธรรมชาติ

เครือข่ายคุณภาพ เครือข่ายที่อยู่เคียงข้างคุณทุกที่ ทุกเวลา

เอไอเอสตระหนักว่า เครือข่ายที่ดีต้องอยู่กับคุณทุกช่วงเวลาของชีวิต เราจึงมุ่งมั่นเอาใจใส่ในการพัฒนา และควบคุมคุณภาพการบริการของระบบเครือข่ายให้ได้มาตรฐาน พร้อมขยายเครือข่ายและสร้างสรรค์นวัตกรรมการบริการใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับทุกรูปแบบชีวิตและการใช้งานในทุกที่ทุกเวลา

เอไอเอสให้คุณมั่นใจด้วยเครือข่ายที่ครอบคลุมพื้นที่ 76 จังหวัด 795 อำเภอ 6,000 ตำบล 65,000 หมู่บ้าน พร้อมการพัฒนาคุณภาพของเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ EDGE เทคโนโลยีล่าสุดที่ช่วยเพิ่มความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลให้เร็วกว่าเดิมถึง 5 เท่า ไม่ว่าคุณจะท่องเที่ยวหรือทำธุระของคุณอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ คุณจึงมั่นใจได้ว่าจะไม่พลาดในทุกการติดต่อสื่อสาร และทุกการดำเนินชีวิตของคุณจะเป็นไปด้วยความสะดวก

นอกจากนี้เอไอเอสได้เพิ่มความสามารถในการรองรับปริมาณการใช้งานและพัฒนาคุณภาพเครือข่ายให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น โดยการเพิ่ม Signaling gateway เป็นตัวเชื่อมสัญญาณให้ติดต่อกันง่ายขึ้น พร้อมขยาย Trunk หรือช่องสัญญาณให้กว้างขึ้นตลอดจนการขยายวงจรเชื่อมต่อเครือข่ายเพิ่มเติมกับผู้ให้บริการรายอื่น จึงมั่นใจได้ว่าสามารถโทรหากันได้ทั่วประเทศ แม้แต่การโทรภายในอาคาร เอไอเอสได้ติดตั้ง In door antenna ภายในตึกและคอนโด หมู่บ้าน หรือตามสถานที่ที่มีปริมาณของผู้ใช้มือถือมาก ๆ เช่นตามแยกที่มีการจราจรหนาแน่น มีการติดตั้ง Micro cell มากยิ่งขึ้น จึงสามารถรองรับปริมาณการใช้มือถือที่หนาแน่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Green network เครือข่ายคุณภาพ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เอไอเอสก้าวไปอีกขั้นกับการพัฒนาเครือข่ายคุณภาพรองรับกระแสภาวะโลกร้อน ประหยัดพลังงาน และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ เอไอเอส จะมุ่งมั่นพัฒนาเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การใช้งานเป็นไปอย่างไร้ข้อจำกัดในทุกพื้นที่แล้ว เรายังคงให้ความสำคัญในการช่วยกันบรรณรงศ์ลดภาวะโลกร้อนด้วยการสรรหาเทคโนโลยี ประหยัดพลังงานพัฒนาเครือข่ายมือถือ

ภายใต้แนวคิด “Greennetwork” เอไอเอส ได้นำแนวคิดที่จะศึกษาการนำพลังงานสะอาดหรือพลังงานทดแทนจากธรรมชาติมาผสมผสานและประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม โดยยังคงให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดิม รวมถึงลดการใช้พลังงานไฟฟ้าเกินความจำเป็น โดยปัจจุบันแนวทางที่เรานำมาใช้ในการพัฒนาเครือข่ายประกอบด้วย

1. สถานีฐานพลังงานแสงอาทิตย์ โดยการใช้โซลาร์เซลล์หรือที่เรียกอย่างเป็นทางการว่า AIS Photovoltaic system ด้วยหลักการเปลี่ยนพลังงานแสงอาทิตย์ มาใช้เป็นกระแสไฟฟ้า เพื่อจ่ายไฟให้กับอุปกรณ์สื่อสารที่ติดตั้งภายในสถานีฐาน
2. สถานีฐานพลังงานลม โดยติดตั้งกังหันลม เพื่อผลิตไฟฟ้าสำหรับจ่ายให้กับอุปกรณ์สื่อสารที่ติดตั้งภายในสถานีฐาน
3. สถานีฐานพลังงานไบโอดีเซล หนึ่งในอุปกรณ์ที่ใช้สนับสนุนการให้บริการเครือข่าย โดยสามารถให้บริการได้ตลอดเวลา แม้ในเวลาที่ไม่ไฟฟ้าเกิดขัดข้อง ซึ่งทางเอไอเอสได้มีการประยุกต์และทดลองใช้ B5 bio-diesel ซึ่งเกิดจากการใช้วัตถุดิบทางธรรมชาติมาผลิตเป็นน้ำมัน ไบโอดีเซล
4. ชุมสายพลังงานต่ำ โดยติดตั้งผนังประหยัดพลังงานเพื่อให้สามารถรักษาอุณหภูมิในชุมสายได้นานกว่าเดิม โดยไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องปรับอากาศเป็นพัดลมคุณภาพสูงในบางพื้นที่ซึ่งสามารถใช้ระบายความร้อนและรักษาการทำงานของอุปกรณ์เครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Serenade

Serenade เป็นบริการของความตั้งใจและความปรารถนาดีจาก AIS ที่จะมอบความพิเศษที่สุดในทุกๆ ด้านให้แก่ลูกค้าคนสำคัญของเรา ไม่ว่าจะเป็นการบริการที่ดีสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ดีที่สุดจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการฝึกฝนมาจนเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละคนเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า และในปัจจุบันเรายังเพิ่มเบอร์พิเศษที่พร้อมเป็นผู้ช่วยส่วนตัวของคุณในทุกเรื่อง เพียงโทร AIS SERENADE CALL CENTER 1148 เพื่อรับบริการพิเศษมากมายได้ทันที

บริการพิเศษเมื่อเปิดใช้บริการข้ามแดนอัตโนมัติ

- ฟรีค่าสมัคร 1,500 บาท เมื่อเปิดใช้บริการสมัครได้ที่ AIS SERENADE CALL CENTER 1148 เอไอเอส เซเรเนด คลับ และสำนักงานบริการเอไอเอส ทุกสาขา ทั่วประเทศโดยเตรียมเอกสารสำเนาบัตรประชาชนหรือหนังสือเดินทางไปด้วย
- บริการเช่าเครื่องสำรองฟรี 15 วันเพื่อใช้งานในต่างประเทศที่ต้องเปลี่ยนเครื่องอาทิ ญี่ปุ่น เกาหลี อเมริกา เปรู ชิลี

2. **1-2-Call** เน้นการสื่อสารอิสระตามใจ ใช้ชีวิตได้ตามสไตล์ที่คุณอย่างเป็น มีโปรโมชั่นต่างๆ ในคุณเลือกแบบที่เป็นตัวคุณเอง ไม่ต้องจดทะเบียน ใช้บัตรเติมเงินและมีสิทธิพิเศษมากมายจากการใช้ที่ได้รับจากบัตรเติมเงิน

บริการจาก วัน-ทู-คอล

1. บริการซิม รีไซเคิล (Recycled sim) เลือกเบอร์ได้อิสระ พร้อมโปรโมชั่นสุดคุ้ม สะดวก รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย
2. โอนเงิน โอนวัน (Balance transfer) อิสระที่มากกว่า โอนเงิน โอนวันให้กันได้ ง่ายๆ
3. บริการโทรกลับนะอยากคุย แต่โทรออกไม่ได้ ก็แจ้งเบอร์ให้เพื่อน โทรกลับได้สบาย เห็นๆ
4. บริการเลือกรับสาย กำหนดหมายเลขที่จะเลือกรับ หรือไม่รับสายอย่างไรอย่างหนึ่ง ได้สูงสุดถึง 10 หมายเลข

โมบายไลฟ์ เป็นบริการเสริมหลากหลายที่ทางAIS มอบให้เป็นการเพิ่มสีสันบนมือถือ ที่ช่วยให้ชีวิตสนุกสนานมากขึ้น ครบทุกรูปแบบเพิ่มความสะดวกสบาย เป็นบริการเสริมที่ไร้ขีดจำกัดด้วยรูปแบบบริการที่หลากหลาย

ช่องทางในการติดต่อมีดังนี้

1. สำนักงานบริการ AIS ในวันนี้ มีสำนักงานให้บริการ AIS 27 สาขาทั่วประเทศ และปรับเปลี่ยน รูปแบบใหม่เปรียบเสมือนหนึ่ง “ AIS community ” หรือเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการทั้งหมดของ AIS เพื่อให้ผู้ใช้บริการทั้งหมด สามารถเข้ามารับข้อมูล ข่าวสาร รวมถึงกิจกรรมทำความรู้จัก และสร้างความคุ้นเคยกับเรา เพื่อเราจะได้ตอบสนองความต้องการของคุณได้อย่างตรงตามความต้องการ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

- ส่วนงานบริการทำหน้าที่ให้บริการด้านธุรกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการชำระค่าบริการ หรือบริการงานทะเบียนต่างๆโดยมีการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มขีดความสามารถของการบริการและทำรายการอัตโนมัติที่คุณสามารถใช้บริการได้ด้วยตนเอง

- โมบายไลฟ์ โชน เป็นบริเวณที่เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบริการ MobileLIFE โดยมีพนักงานคอยดูแล และสอนวิธีการต่าง ๆ ให้แก่เรา

- มุมพักผ่อน เป็นบริเวณที่คุณสามารถเข้ามาพักผ่อนขณะเข้ามาใช้บริการกับเรา โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้อย่างพร้อม และยังมีมุมจัดกิจกรรมประจำเดือน ที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

บริการที่คุณจะได้รับ Customer service

- เปลี่ยนแปลงโปรโมชั่น สินค้าและบริการต่าง
- เปลี่ยนชื่อ / ที่อยู่
- เปลี่ยนหมายเลขโทรศัพท์
- โอน / เปลี่ยนเจ้าของ
- เปลี่ยนซิมการ์ดใหม่
- เช่า / เปลี่ยนมือถือ
- เปลี่ยนแปลงบริการเสริม
- ขอรายละเอียดการใช้บริการ
- รับชำระค่าใช้บริการ
- ฟรีอินเทอร์เน็ต
- สมัครบริการข้ามแดนอัตโนมัติ
- สมัครบริการโทรทางไกลระหว่างประเทศ

Customer solution

- เปลี่ยนแปลงวงเงิน
- ขอดอบริการ
- ขอระงับการใช้บริการชั่วคราว

AIS MobileLIFE บริการภายใต้ MobileLIFE

- ทดลองใช้บริการ
- ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับมือถือ
- ตั้งค่ามือถือ

2. ร้านเทเลวิซ (Telewiz) ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากทาง AIS ให้บริการเต็มรูปแบบมาตรฐานเช่นเดียวกับศูนย์บริการของ AIS ท่านสามารถรับบริการ อาทิเช่น จดทะเบียนเลขหมายใหม่ ชำระค่าบริการ เปลี่ยนแปลงทะเบียน เปิดบริการเสริม ต่างๆ และบริการอื่นๆ อีกมากมาย ด้วยสินค้าที่ได้มาตรฐานจาก Mobile from advance ซึ่งปัจจุบันมีมากกว่า 350 สาขาทั่วประเทศ

3. ร้านเทเลวิซ เอ็กซ์เพรส (Telewiz express) รูปแบบการให้บริการขนาดเล็กกว่า ร้านเทเลวิซ โดยจะให้บริการในส่วนของ การจดทะเบียนเลขหมายใหม่ รับชำระค่าบริการ เปลี่ยนแปลงที่อยู่ และเปลี่ยนโปรโมชั่น รวมทั้งจำหน่ายสินค้าด้าน การสื่อสารด้วย

4. AIS Call Center เป็นบริการด่วนของ AIS เพียงกด 1175 ตลอด 24 ชั่วโมงทั่วไทย สามารถสอบถามปัญหาต่างๆ ที่ลูกค้าอยากรู้ศูนย์กลางข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ ที่ได้มาตรฐาน มีพนักงานคอยให้บริการที่ได้ผ่านการอบรมมาเป็นอย่างดีสามารถตอบข้อสงสัย ทุกเรื่อง ทั้งโปรโมชั่นใหม่ๆ การใช้งานมือถือในแต่ละรุ่น บริการเสริมต่างๆ ทั้งการเปิด GPRS และบริการต่างๆ

5. ที่ e-mail address : callcenter@ais.co.th หรือทางไปรษณีย์ ตู้ ป.ณ. 142 ปณจ. คูสิต กรุงเทพ 10300

3. GSM 1800 เป็นระบบเคลื่อนที่ระบบเดียว ที่ให้คุณสามารถเลือกใช้เครือข่ายได้ 2 เครือข่ายประสิทธิภาพด้วยกว่า 5,600 สถานีฐานจากเครือข่ายจีเอสเอ็ม 1800 ที่มีพื้นที่ให้บริการครอบคลุมทั่วกรุงเทพ ปริมณฑล ภาคกลาง ตะวันออก ตะวันตก และจังหวัดใหญ่ๆ ในแต่ละภาค หรือจากเครือข่ายไอเอส ทีมีพื้นที่ให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศไทยนอกจากนี้ยังเป็นเครือข่ายที่มีช่องสัญญาณมากที่สุดในประเทศไทย ณ วันนี้ เพื่อให้คุณสามารถเชื่อมต่อความรู้สึก กับเพื่อนได้ไม่ขาดตอน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของประชากรใน จังหวัดระยอง
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของประชาชน ในจังหวัดระยอง จำแนกตาม ปัจจัยทางประชากรศาสตร์

ความสำคัญของการศึกษา

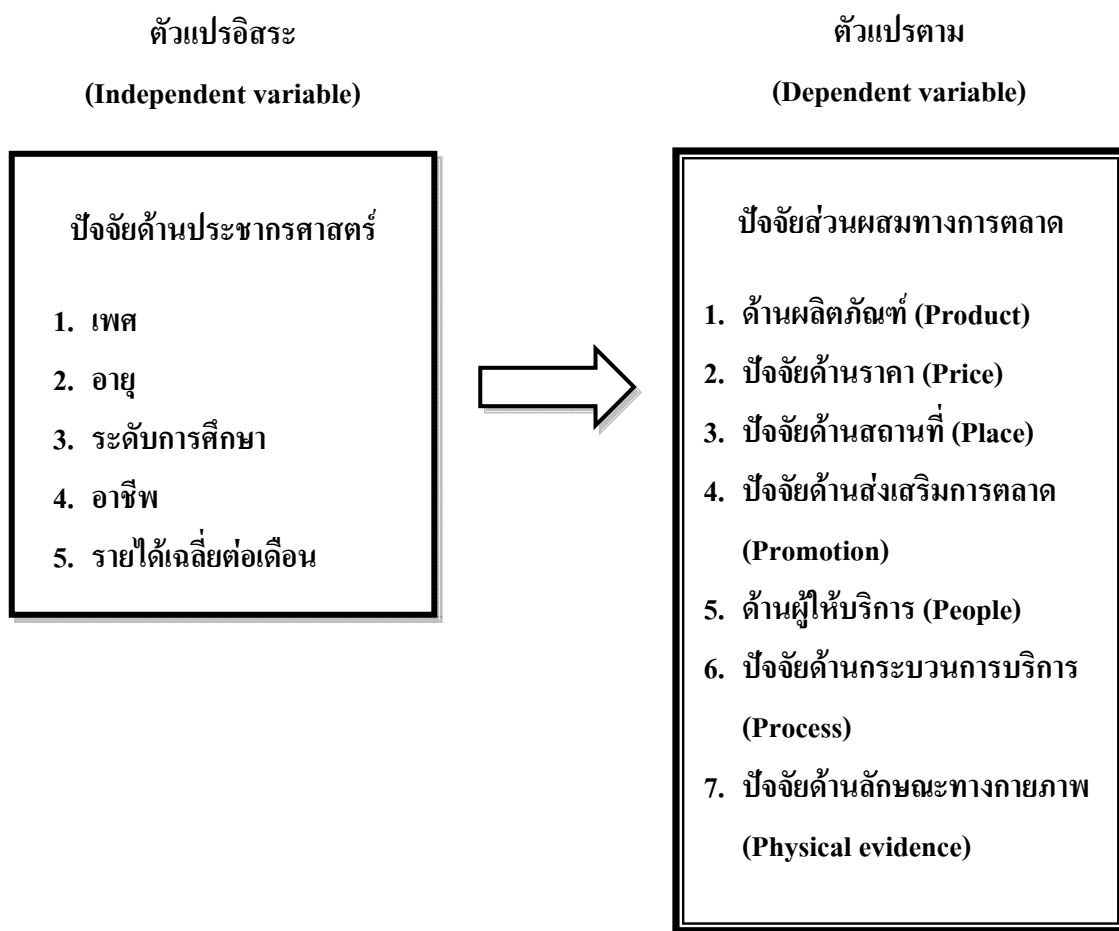
เพื่อใช้เป็นการศึกษาสำหรับผู้สนใจที่จะศึกษาการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

เพื่อเป็นการศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ AIS ของประชากรที่อยู่ใน จังหวัดระยอง ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตาม เพศ, อายุ, อาชีพหลัก, รายได้ต่อเดือน และวุฒิการศึกษา และปัจจัยทางการตลาด จำแนกตาม ผลิตภัณฑ์, ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่ายจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, บุคคลหรือพนักงาน, การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เพื่อให้สามารถเชื่อมความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมของผู้บริโภคให้เหมาะสม โดยทำการรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากการค้นคว้าจากตำรา, เอกสาร และข้อมูลออนไลน์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระ (Independent variable) และตัวแปรตาม (Dependent variables) ซึ่งนำมาเขียนกรอบความคิดในการวิจัยได้ดังนี้

1. **ตัวแปรอิสระ (Independent variable)** คือ **ตัวแปรอิสระ (Independent variable)** คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตาม เพศ, อายุ, อาชีพหลัก, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, ระดับการศึกษา
2. **ตัวแปรตาม (Dependent variable)** คือ ปัจจัยทางการตลาด จำแนกตาม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด, ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน, ปัจจัยการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านกระบวนการ

สำหรับกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ AIS ของประชากรใน จังหวัดระยอง โดยแสดงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ด้วยรูปภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

คำถามในการวิจัย

1. ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของประชาชนในจังหวัดระยอง ในระดับใด
2. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของประชาชนในจังหวัดระยอง จำแนกตามประชากรศาสตร์ แตกต่างกันหรือไม่

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS จำแนกตามเพศ แตกต่างกัน
2. ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS จำแนกตามอายุ แตกต่างกัน
3. ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS จำแนกตามอาชีพ แตกต่างกัน
4. ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS จำแนกตามรายได้ แตกต่างกัน
5. ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของประชากรใน จังหวัดระยอง” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาของการวิจัย เป็นการศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของประชาชนในจังหวัดระยอง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระ (Independent variables) และตัวแปรตาม (Dependent variables) ไว้ดังนี้

1.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variables) คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตาม เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ตัวแปรตาม (Dependent variables) คือ ปัจจัยทางการตลาด จำแนกตาม ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านสถานที่ ปัจจัยทางการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านบุคคลหรือพนักงาน ปัจจัยทางการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยทางด้านกระบวนการ

2. ขอบเขตด้านประชากรที่ต้องการศึกษา มุ่งศึกษาเฉพาะประชากรในจังหวัดระยองที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS เท่านั้น โดยกำหนดการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

นิยามศัพท์

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS หมายถึง ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM 2 WATTS, GSM 1800 และการให้บริการในระบบ Prepaid (1-2-call) ในระบบเติมเงินและมีสาขาการให้บริการอยู่ทั่วประเทศ

เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง อุปกรณ์สื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์มีลักษณะทางทำงานเหมือนกับ โทรศัพท์บ้านแต่ไร้สาย จึงสามารถพกพาไปที่ต่างๆ ได้ ความสะดวกโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้การติดต่อสื่อสารโดยใช้เครือข่ายโทรศัพท์เป็นตัวเชื่อมสัญญาณ

ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง กลยุทธ์การตลาดที่มุ่งทำธุรกิจต้องใช้ร่วมกันในการตัดสินใจทางการตลาดในการตัดสินใจเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตลาดเป้าหมายซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือ 4P's สิ่งแวดล้อมภายใน สิ่งแวดล้อมภายนอก และปัจจัยทางการตลาดด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพล ได้แก่การผลิต การเงิน ทรัพยากรมนุษย์ รูปแบบสินค้า สถานที่ตั้ง การพัฒนา และ ภาพพจน์ขององค์กร

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจกับผลิตภัณฑ์ที่ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะมีตัวตนหรือไม่ก็ได้

ราคา (Price) หมายถึง อัตราในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ระหว่างกันในตลาด โดยใช้เงินเป็นสื่อกลาง ในปัจจุบันราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหารงานการตลาดอย่างมาก ซึ่งผู้บริหารการตลาดจะต้องกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ อาทิ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ พฤติกรรมและกรอบการตัดสินใจของผู้บริโภค ระดับความรุนแรงของการแข่งขันในตลาด ความสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านอื่น ๆ รวมถึงการประยุกต์ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ของอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) มาเป็นองค์ประกอบการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีระดับราคาที่เป็นที่น่าพอใจขององค์กร คือ สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กร และเหมาะสมกับระดับความสามารถหรือกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาด

การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและ กิจกรรม ใช้เพื่อกระจายผลิตภัณฑ์และบริการไปยังตลาดส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า การเก็บรักษา สินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อใช้แจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการขององค์กรซึ่งต้องอาศัยกระบวนการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อหรือการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย และการติดต่อโดยที่ไม่ใช่คน

ปัจจัยด้านบุคคลหรือผู้ให้บริการ (People) หมายถึง เจ้าของหอพักหรือพนักงานผู้ดูแลหอพัก ซึ่งเป็นผู้มีการให้บริการที่ประทับใจผู้เช่าหอพัก มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความน่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบ สื่อสารกับลูกค้าได้ดี มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (Process) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการแก่ลูกค้าในทุก ๆ ด้าน เช่น การซ่อมแซมสิ่งของต่าง ๆ ในห้องพักที่ชำรุด บริการความปลอดภัย บริการทำความสะอาดหอพัก เป็นต้น

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence) หมายถึง สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การดูแลเอาใจใส่ในความเป็นอยู่ และทรัพย์สินของลูกค้าให้มีความปลอดภัยอยู่เสมอ และลักษณะทางกายภาพอื่น ๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าได้ และทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน

กลยุทธ์การตลาด (Marketing strategy) หมายถึง การที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้ การที่จะประสบความสำเร็จได้ต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับองค์กร