

ชื่อหัวข้อสารนิพนธ์	การศึกษาระดับความรู้และความเข้าใจของการบริการเสริมต่อการประเมิน e-service ของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่
นักศึกษา	นางสาวชลธิชา เพ็ชรคุ้ม รหัสประจำตัว 51500297
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุชิต ศิริกิจ

### บทคัดย่อ

ปัจจุบัน โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิต แทบทุกคนมีไว้ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และได้รับความสะดวกสบายในการติดต่อ มีการรับรู้ข่าวสารได้ทันต่อเหตุการณ์ที่ตอบสนองตามความต้องการในการใช้บริการที่แตกต่างของกลุ่มลูกค้าต่างๆ การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจกับการประเมิน e-service ของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และเพื่อศึกษาองค์ประกอบบริการเสริมกับการประเมิน e-service ของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลประชากร สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครของ AIS DTAC และ TRUE โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งออกเป็นเครือข่าย และสุ่มตัวอย่างในลูกค้าของแต่ละเครือข่าย รวมทั้งสิ้น 400 ราย พบว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อการประเมิน e-service ของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และองค์ประกอบบริการเสริม มีผลต่อการประเมิน e-service ของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการศึกษารูปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านคุณประโยชน์, ด้านคุณสมบัติ และด้านคุณค่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยทางการศึกษาระดับความรู้และความเข้าใจของการบริการเสริมต่อการประเมิน e-service ของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าอาจได้รับอิทธิพลจากการโฆษณาและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ เพราะทุกคนต้องการข้อมูลเพื่อได้รับความกระจ่างแจ้งในเรื่องต่างๆ การได้รับข้อมูลที่เพียงพอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ทำให้ลูกค้าได้คุ้นเคยกับประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้า ดังนั้นข้อมูลสินค้าควรมีการจำแนกประเภทและเข้าใจได้ง่าย และควรแสดงให้เห็นว่าสินค้าเองมีความเป็นเอกลักษณ์ มีคุณค่าที่พึงประสงค์ที่จะนำไปสู่

ลูกค้าโดยผ่านทาง การซื้อหรือการใช้สินค้าอื่นๆ ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย, ความปลอดภัย, ความน่าเชื่อถือ, ความหลากหลาย และความง่ายต่อการตรวจสอบ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย การกระจายและปัจจัยที่ประสบความสำเร็จของตลาดเคลื่อนที่ ด้านองค์ประกอบบริการเสริมผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า สมาชิก หรือพนักงานในองค์กร ที่กล่าวว่า องค์ประกอบบริการเสริม มีผลต่อการประเมิน e-service ของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่

ในการศึกษาครั้งต่อไปนั้น ประการแรกคือ ศึกษากลุ่มตัวอย่างไม่ซ้ำเพียงเพราะใน กรุงเทพมหานครเท่านั้น เพราะผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีกระจายอยู่ทั่วประเทศ นั้นหมายถึง การขยายขอบเขตการวิจัยในครั้งต่อไป จึงน่าจะศึกษากับกลุ่มอาศัยในส่วนภูมิภาคด้วย และควร เลือกรุ่นตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 12-25 ปี หรือสูงกว่า ทั้งนี้เพราะปัจจุบันกลุ่มอายุดังกล่าวเป็นผู้ใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีพฤติกรรมการใช้ที่น่าสนใจ การวิจัยกลุ่มผู้ใช้ทั้ง 2 กลุ่มจะทำให้ได้ข้อมูล ที่เป็นภาพของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่หลายกลุ่ม ประการที่สองคือ ควรศึกษาถึงความคาดหวัง ปัญหา และความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการเสริมบน โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้เข้าใจ ถึงความต้องการและปัญหาของผู้ใช้บริการจะได้นำผลที่ได้มาปรับปรุงพัฒนาในด้านต่างๆ ให้ตรงกับ ความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็น ปัจจัยทางการตลาดอีกอย่างหนึ่งในการดึงดูดลูกค้า ให้เข้ามาใช้บริการเครือข่ายของตน