

บทคัดย่อ

จากกระแสความนิยมในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ต และกระแสความนิยมของอินเทอร์เน็ตมือถือ ทำให้ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการสื่อสารข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตขึ้นในช่วงที่ผ่านมา บริการสื่อสารข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอล GSM 900 หรือบริการ "Mobile life" เป็นบริการที่ยังใหม่สำหรับประเทศไทย โดยการศึกษาครั้งนี้ต้องการทราบถึงลักษณะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการสื่อสารข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระดับความสนใจในบริการแต่ละบริการ รวมถึงศึกษาว่าภายหลังจากที่ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณสมบัติของบริการสื่อสารข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้วสามารถกระตุ้นความต้องการใช้บริการสื่อสารข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นได้หรือไม่

จากการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง 390 คน พบว่าเป็นชาย 179 คน (45.9%) และหญิง 211 คน (54.1%) โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี (77.4%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (70.8%) และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (42.1%) มีระดับรายได้ใกล้เคียงกัน 2 ระดับคือน้อยกว่า 10,000 บาท (25.4%) กับระดับรายได้ 10,001 - 20,000 บาท (25.6%) ผลการศึกษาพบว่า

มีผู้ที่รู้จักบริการ Mobile life มากถึง 71% โดยได้รับข้อมูลจากโทรทัศน์/วิทยุมากที่สุด คือ 77.4%

มีผู้ที่เคยใช้บริการ Mobile life 7% และไม่เคยใช้บริการ Mobile life 93% สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการ Mobile life มีความพึงพอใจต่อบริการในระดับปานกลางค่อนข้างน้อย และผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ Mobile life มีระดับความสนใจในระดับปานกลาง โดยบริการที่ได้รับสนใจมากที่สุดคือ บริการ M-message รองลงมาคือบริการ M-banking และบริการ M-info ตามลำดับ

หลังจากทราบความสามารถของบริการ Mobile life แล้วกลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ Mobile life มีความสนใจเพิ่มขึ้น จากเดิม 38.8% เพิ่มขึ้นเป็น 82%

ลักษณะของผู้ที่สนใจบริการ Mobile life แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 สนใจแต่ยังไม่ขอใช้บริการ มีลักษณะดังนี้คือ เป็นกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน (43.73%) รองลงมา คือกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา (37.26%) รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท (28.52%) และ รายได้ 10,001 - 20,001 บาท (23.95%) การศึกษาระดับปริญญาตรี (73%) อายุ 20-30 ปี (80.23%)

กลุ่มที่ 2 สนใจและจะขอบริการ มีลักษณะดังนี้คือ เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา (41.38%) พนักงานบริษัทเอกชน (31.03%) มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท (34.48%) การศึกษาระดับปริญญาตรี (65.52%) อายุ 20 - 30 ปี (100%)

ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยในระดับมาก ปัจจัยที่ได้รับความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะดวกในการใช้งานและความปลอดภัยของข้อมูล รองลงมาคือ ความเร็วในการรับส่งข้อมูล ความถูกต้องและทันสมัยของข้อมูล และความคุ้มค่ากับอัตราค่าบริการ ตามลำดับ

เหตุผลที่ไม่เลือกใช้บริการ จากกลุ่มตัวอย่าง 68 คน ที่ไม่สนใจบริการ Mobile life อันดับที่ 1 คือ ยังไม่จำเป็นต่อการใช้ชีวิต อันดับ 2 คือ มีทางเลือกอื่นที่สะดวกกว่า/ดีกว่า/ประหยัดกว่า อันดับ 3 คือ อัตราค่าบริการไม่คุ้มค่า

46.11% ของกลุ่มตัวอย่าง 360 คน ให้บริการ Mobile life เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะนำมาใช้ตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล GSM 900

ระดับความสนใจใช้บริการ Mobile life ทั้ง 7 รูปแบบ ของกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และกลุ่มที่ไม่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่แตกต่างกัน

ระดับความสนใจใช้บริการ M-Shopping และ M-Message ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ใช้

ระดับความสนใจใช้บริการ M-Shopping และ M-Message ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้ใช้บริการ SMS มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ใช้