

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษา : บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) สามารถสรุปกระบวนการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

#### 5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

5.1.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ระบบวิทยุสื่อสารของกลุ่มผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะ (TAXI) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

#### 5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

5.2.1 ประชากร หมายถึง กลุ่มผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด จำนวน 41,458 คนจาก 11 ศูนย์วิทยุสื่อสาร

5.2.2 กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง กลุ่มผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จาก 11 ศูนย์วิทยุสื่อสาร รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 41,458 คน ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้จริงจำนวน 400 คน

#### 5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

##### 5.3.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษา : บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ (Checklist) หรือตอบตามสภาพความเป็นจริง

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถาม (Multiple Choices) หรือเติมข้อความตามสภาพความเป็นจริง

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษา: บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scales) ตามแนวความคิดของ Likert Rating Scales

#### 5.4 สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

5.4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 71.75 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 28.25 มีอายุระหว่าง 46-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.50 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีระดับการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 48.25 มีอาชีพขับรถรับจ้างสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 37.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.75 มีสถานะภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 63.50 มีสมาชิกที่ต้องดูแลจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25 รองลงมา มีสมาชิกที่ต้องดูแลจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีรถรับจ้างสาธารณะเป็นรถยนต์สหกรณ์ จำกัด คิดเป็นร้อยละ 56.75 และส่วนใหญ่สังกัดบริษัทนครชัยทรานสปอร์ตเตชั่น จำกัด คิดเป็นร้อยละ 16.75

5.4.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้วิทยุสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 56.75 ขั้นตอนการใช้วิทยุสื่อสารยุ่งยาก คิดเป็นร้อยละ 64.75 เลือกใช้บริการวิทยุสื่อสารยี่ห้อ KENWOOD คิดเป็นร้อยละ 28.00 รู้จักวิทยุสื่อสารทางญาติ และเพื่อนฝูง คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา รู้จักวิทยุสื่อสารทางหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 21.00 และรู้จักวิทยุสื่อสารทางนิตยสารหรือวารสาร คิดเป็นร้อยละ 18.50 ใช้วิทยุสื่อสารในช่วง 18.01-22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 30.50 ใช้วิทยุสื่อสาร 201-300 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 46.50 มีประสบการณ์การใช้วิทยุสื่อสาร 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.25 มีวัตถุประสงค์การใช้วิทยุสื่อสารเมื่อเกิดเหตุด่วนเหตุร้าย คิดเป็นร้อยละ 33.00 มีค่าใช้จ่ายต่อเดือน 300-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.50 ขับรถรับจ้าง 2 กะ คิดเป็นร้อยละ 47.25 การที่มีที่จอดรถแท็กซี่อัจฉริยะช่วยให้ท่านประหยัดหรือไม่ คิดว่าไม่ประหยัด คิดเป็นร้อยละ 51.00 และคิดว่าไม่ช่วย คิดเป็นร้อยละ 72.25 เดิม NGV คิดเป็นร้อยละ 37.75 และควรพูดภาษาได้มากกว่า 1 ภาษา โดยส่วนใหญ่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 94.75 มีเครื่องแบบคนขับรถรับจ้างสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 67.00 และไม่ควรมีเครื่องแบบคนขับรถรับจ้างสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 33.00 การตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัท กสท โทรคมนาคม (มหาชน) ส่วนใหญ่เลือกใช้ กสท. เพราะว่าบริษัทใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 36.25

5.4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสาร เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) โดยปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ประเด็นย่อยต่าง ๆ พบว่า

1) ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ มีเทคโนโลยีที่เหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุดยกเว้นชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ มีความถี่ใช้งานอย่างเพียงพอ การเชื่อมต่อในการใช้ วิทยุสื่อสารได้ง่าย เมื่อเชื่อมต่อวิทยุสื่อสารได้แล้ว ใช้งานได้ดีไม่หลุดขณะใช้งาน อยู่ในระดับมาก

2) ด้านราคา

- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งเห็นว่าค่าบริการรายเดือนเหมาะสม อยู่ในระดับมาก

3) ด้านการจัดจำหน่าย

- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ มีสำนักงานบริการครอบคลุมและสะดวกต่อการเดินทางไปใช้บริการ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ตัดบัญชีธนาคาร/ตัดจากบัตรเครดิต) อยู่ในระดับมาก

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ โปรโมชันสำหรับลูกค้ารายเดิม-รายใหม่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อยู่ในระดับมากและได้รับข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก ยกเว้น มีการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับปานกลาง

5) ด้านพนักงาน

- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ คนขับรถควรพูดได้มากกว่า 1 ภาษา พนักงานแต่งกายสุภาพและเหมาะสม และพนักงานพูดจาสุภาพเรียบร้อย อยู่ในระดับมาก ยกเว้น พนักงานให้บริการลูกค้าเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับปานกลาง

6) ด้านกระบวนการให้บริการ

- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ สะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีปัญหาเรื่องสายหลุดอยู่บ่อย ๆ อยู่ในระดับมาก

7) ด้านสิ่งแวดล้อม

- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ การจัดสำนักงาน อาคาร สถานที่ที่มีความสะอาดเรียบร้อย สถานที่ตั้งของสำนักงานการให้บริการสามารถเดินทางไปติดต่อสะดวก และป้ายชื่อสำนักงานสามารถเห็นได้ชัดเจน อยู่ในระดับมาก ยกเว้น มีการจัดระบบคิวในการรอรับบริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวก

ต่างๆ เช่น มีที่นั่งเพียงพอ มีน้ำดื่ม มีหนังสือ พิมพ์ โทรศัพท์ และ อินเทอร์เน็ต มีการจัดระบบแสงสว่าง และเครื่องปรับอากาศได้เหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง

#### 5.4.4 การทดสอบสมมติฐาน

1) สมมติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการระบบวิทยุสื่อสารแตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถยนต์รับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถยนต์รับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นปัจจัยด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อม ที่พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

2) สมมติฐานที่ 2 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการระบบวิทยุสื่อสารแตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถยนต์รับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถยนต์รับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นปัจจัยด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสภาพแวดล้อมที่พบว่า ไม่มีความแตกต่าง

### 5.5 การอภิปรายผล

จากการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถยนต์รับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษา : บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) สามารถนำวิเคราะห์และอภิปรายผลได้ดังนี้

5.5.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถยนต์รับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถยนต์รับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) โดยปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ รองลงมาคือด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านพนักงาน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุด ดังจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มากที่สุด อาจเกิดจากการมีเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการใช้งานของวิทยุสื่อสาร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจโดยมองที่ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการในเครือข่ายว่ามีความน่าเชื่อถืออย่างไร มีความถี่ใช้งานอย่างเพียงพอกับการใช้งานหรือเปล่า โดยการเชื่อมต่อในการใช้ วิทยุสื่อสารได้ง่ายกว่าวิธีอื่น และเมื่อเชื่อมต่อวิทยุสื่อสารได้แล้ว ใช้งานได้ดีไม่หลุดขณะใช้งานอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุปัญญา กิตติวิสาร (2532: 195-202) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสื่อสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน การจัดการศึกษา การศาสนา และการวัฒนธรรมของข้าราชการในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดสุพรรณบุรี จากการวิจัย พบว่า ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสาร ประเภทการสื่อสารและวิธีการที่ใช้ในการสื่อสารพบว่า

1. วิธีการที่ใช้ในการสื่อสาร ได้ใช้วิธีการสื่อสารทางลายลักษณ์อักษร ในการปฏิบัติงานกับวิธีการสื่อสารทางวาจา

2. รูปแบบการสื่อสาร มีความเห็นด้วยในการใช้การสื่อสารสองทางในการปฏิบัติงานมาก โดยเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างผู้ปฏิบัติการกับผู้บริหาร ปรากฏว่า ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ ส่วนการสื่อสารไม่เป็นทางการก็มีความเห็นด้วยมาก แต่เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างผู้ปฏิบัติการกับผู้บริหารแล้ว ปรากฏว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. ประเภทของการสื่อสาร ด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารสาธารณะ ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการได้ใช้และมีความเห็นด้วยไม่แตกต่างกันตามลำดับ ยกเว้นการสื่อสารกลุ่มย่อยที่ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการมีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

และสำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด นั้นอาจเนื่องมาจากมีการส่งเสริมการขายไม่ดีเท่าที่ควร อาจมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในปัจจุบันการส่งเสริมการขายมีการส่งเสริมได้หลากหลาย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งของการส่งเสริมการขาย อาจมีการจัดโปรมโชนันในการส่งเสริมการขายและการให้บริการหลังการขายให้ทั่วถึง ดังนั้นจึงอาจทำให้กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในลำดับน้อยสุดก็อาจเป็นไปได้

5.5.2 พฤติกรรมการใช้ระบบวิทยุสื่อสารของกลุ่มผู้ขับรถยนต์รับจ้างสาธารณะ (TAXI) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้วิทยุสื่อสารกันมาบ้างแล้ว อาจใช้ในรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร หรือการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเครื่องข่ายเดียวกัน จึงทำให้มีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนเคยใช้กันมาบ้างแล้ว จึงทำให้ง่ายต่อการใช้งานในครั้งต่อไป ซึ่งขั้นตอนการใช้วิทยุสื่อสารยุ่งยาก มากสำหรับผู้ที่ใช้ครั้งแรก หรือ เคยใช้มาแล้ว แต่ไม่เข้าใจกับระบบการทำงาน และการปรับช่องสัญญาณของคลื่นวิทยุสื่อสาร จึงเป็นเรื่องที่ยากในการใช้งาน แต่สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการ

แล้ว หรือผู้ที่ใช้วิทยุสื่อสารอยู่แล้ว กับผู้ใช้รายใหม่มีการเลือกใช้บริการวิทยุสื่อสารยี่ห้อ KENWOOD ซึ่งอาจมีการแนะนำจากเพื่อนที่เคยใช้ และการติดตามข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รู้จักวิทยุสื่อสารทางญาติ และเพื่อนฝูงจึงทำให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการวิทยุสื่อสาร ยี่ห้อต่าง ๆ ตามที่ตนเองชอบและเรียนรู้ง่าย เข้าใจง่าย มีระบบการทำงานที่ไม่ซับซ้อน ยุ่งยากมากนัก จากการศึกษาที่มีการเลือกใช้วิทยุสื่อสารในช่วง 18.01-22.00 น. เป็นส่วนใหญ่ อาจเนื่องจากระบบ คลื่นสัญญาณในช่วงนี้มีความชัดเจนมากกว่าในช่วงอื่น ๆ และมีการใช้บริการช่องวิทยุสื่อสารกันมาก ในช่วงนี้ จึงทำให้มีการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างทั่วถึงในกลุ่มวิทยุสื่อสารเครือข่ายเดียวกัน และต่าง เครือข่าย โดยมีการใช้วิทยุสื่อสาร 201-300 ครั้งต่อสัปดาห์ เนื่องจากการติดต่อสื่อสารง่าย และ เป็นที่นิยมมากในบางกลุ่มที่มีความจำเป็นในการใช้วิทยุสื่อสารในการติดต่อสื่อสารกัน จึงเห็นได้ว่า มีการใช้วิทยุสื่อสารต่อสัปดาห์อยู่ในปริมาณมากพอสมควร และผู้ใช้รายใหม่ก็มีประสบการณ์ การใช้วิทยุสื่อสาร 3-4 ปี ซึ่งมากพอที่จะแนะนำให้กับผู้ใช้บริการรายใหม่ โดยการแนะนำวิธีการใช้ การเก็บรักษา การเลือกซื้อ และการใช้เบื้องต้น ซึ่งวัตถุประสงค์การใช้วิทยุสื่อสารเมื่อเกิดเหตุด่วน เหตุร้าย ก็มีการแจ้งข่าวสารถึงกัน ตามเครือข่ายที่ตนเองสังกัดอยู่ หรือ นอกเครือข่าย ก็ได้ แต่ต้องมีความระมัดระวังในการใช้งานเป็นอย่างมาก เพราะการใช้วิทยุสื่อสาร อาจมีการรบกวนสัญญาณ การทำงานของผู้อื่นได้ ในแต่ละเดือนอาจมีค่าใช้จ่ายต่อเดือน 300-400 บาท ซึ่งเป็นค่าบริการของ บริษัทที่รับผิดชอบ เครือข่ายสัญญาณต่าง ๆ ตามที่ผู้เช่าระบบสัญญาณเลือกใช้ ซึ่งการนำเอาวิทยุสื่อสาร มาใช้ในการขับรถรับจ้าง 2 กะ การทำงานจะช่วยในเรื่องของการติดตามงานของกลุ่มบริษัทที่ ผู้ใช้บริการเช่าอยู่ จึงเป็นการง่ายในการรับผู้โดยสารได้ถูกต้องและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ไป ในการศึกษาพบว่า การที่มีที่จอดรถแท็กซี่อัจฉริยะไม่ช่วยให้ท่านประหยัด และคิดว่าไม่ช่วย อะไร ได้มาก เพราะรถรับจ้างสาธารณะใน กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีจำนวนมาก และไม่เป็นที่ยอมรับ เท่าที่ควรกับผู้ขับรถรับจ้าง แต่ในเรื่องของการใช้เชื้อเพลิงผู้ขับรถรับจ้างส่วนใหญ่เติม NGV เป็นส่วนใหญ่ เพราะการเติมก๊าซ NGV มีราคาถูกกว่าการเติมน้ำมันเป็นอย่างมาก และช่วยให้ ประหยัดค่าใช้จ่ายลงอีกด้วย แต่การศึกษาพบว่าผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะควรพูดภาษาได้มากกว่า 1 ภาษา เพราะประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก ในการขับรถรับจ้างสาธารณะ ควรจะพูดได้มากกว่า 1 ภาษา ซึ่งภาษาหลังคือ ภาษาไทย และต่อด้วย ภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่น ตามที่ผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะฝึกฝนมาก ซึ่งส่วนใหญ่เห็นด้วย และควรมีเครื่องแบบคนขับรถรับ จ้างสาธารณะ เพราะจะได้เป็นรูปแบบเดียวกัน เหมือนกัน เพราะจะทำให้จำได้ง่าย และเป็นระเบียบ เรียบร้อย การตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัท กสท โทรคมนาคม (มหาชน) ส่วนใหญ่เลือกใช้ กสท เพราะบริษัทใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ทันสมัยมากกว่าบริษัทอื่น ในเรื่องของราคาค่าเช่า หรือค่าใช้จ่ายก็ไม่แพงจนเกินไป เหมาะแก่การใช้งานเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

จิตรา จิตรานุกูล (2524: 371-372) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การใช้อำนาจของผู้บังคับบัญชาเพื่อพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กร ศึกษาเฉพาะกรณีครูสภา พบว่า อำนาจทั้ง 5 ด้าน คือ อำนาจจากการมีความรู้ ความชำนาญ อำนาจในการให้รางวัล อำนาจในการบีบบังคับ อำนาจตามบทบัญญัติ และอำนาจในการอ้างอิง ที่มีต่อพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารแล้วยังพบอีกว่า อำนาจจากการมีความรู้ ความชำนาญมีความสำคัญมากที่สุด ทั้งต่อความพึงพอใจและความบ่อยครั้งในการติดต่อสื่อสาร ในขณะที่อำนาจตามบทบัญญัติและอำนาจในการอ้างอิงมีความสำคัญน้อยที่สุด ต่อความพึงพอใจและความบ่อยครั้งในการติดต่อสื่อสารตามลำดับ

### 5.5.3 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการระบบวิทยุสื่อสารแตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุปัญญา กิตติวิสาร (2532: 195-202) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสื่อสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน การจัดการศึกษา การศาสนา และการวัฒนธรรมของข้าราชการในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดผู้นำ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารสองทางกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ หากมีการสื่อสารสองทางมาก ก็มีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานสูง เช่นเดียวกับความสัมพันธ์ของการสื่อสารไม่เป็นทางการด้วย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของลิขิต สุทธิพิณู (2524: 390-391) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของผู้บังคับบัญชาด้านการติดต่อสื่อสารที่มีผลต่อขวัญของผู้ใต้บังคับบัญชา ในหน่วยที่ปฏิบัติการกิจที่เสี่ยงต่ออันตรายและตั้งอยู่ในพื้นที่ทุรกันดาร การศึกษาเฉพาะกรณีหน่วยกำลังระดับหมวด ตำรวจตระเวนชายแดน กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดน เขต 2 จากการศึกษาพบว่า การติดต่อสื่อสารของผู้บังคับหมวดกับกำลังพล เมื่อจำแนกตามลักษณะที่ใช้คือ การติดต่อสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ก็พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญและเมื่อจำแนกกำลังพลออกเป็นกลุ่มตามระดับขวัญ คือ กลุ่มที่มีขวัญระดับสูง ระดับปานกลาง และระดับต่ำแล้ว พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างลักษณะที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทั้ง 2 แบบ คือ แบบเป็นทางการกับแบบไม่เป็นทางการของผู้บังคับหมวด รวมทั้งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างวิธีที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทั้ง 4 วิธี ได้แก่ วิธีที่ใช้กับกลุ่มจัดระเบียบ กลุ่มไม่จัดระเบียบ วิธีตัวต่อตัว และวิธีถ่ายทอดด้วย ส่วนการติดต่อสื่อสารเมื่อจำแนกตามวิธีการและลักษณะที่ใช้ในรูปแบบแล้ว การติดต่อสื่อสารแต่ละรูปแบบจะเป็นตัวแปรซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับขวัญของกำลังพลในระดับที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบอีกว่า การติดต่อสื่อสารของ

ผู้บังคับหมวดมีความสัมพันธ์กับขวัญของผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งปฏิบัติการกิจที่เสี่ยงต่ออันตรายและตั้งอยู่ในพื้นที่ทุรกันดาร และวิธีการติดต่อสื่อสารที่ใช้แบบถ่ายทอดในลักษณะที่เป็นทางการสามารถอธิบายขวัญของกำลังพลได้น้อยที่สุด

## 5.6 ข้อเสนอแนะ

### 5.6.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งนี้

จากการศึกษาผู้วิจัยสามารถนำการวิจัยมาเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.6.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ บริษัทควรจัดปรับปรุงช่องสัญญาณ ขยายเครือข่าย รวมถึงเพิ่มอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบวิทยุสื่อสาร เช่นการขยายช่องสัญญาณที่ให้บริการ เชื่อมต่อระบบสัญญาณ และการทำคู่มือการใช้ให้เหมาะสม

5.6.1.2 ด้านราคา บริษัทควรจัดโปรโมชั่นใหม่ ๆ กับแก่ลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการให้แก่ผู้ใช้บริการแก่ลูกค้ารายใหม่ และส่งเสริมการขายแก่ลูกค้ารายเก่า เช่น การลดค่าใช้จ่ายบริการรายเดือนลง

5.6.1.3 ด้านการจัดจำหน่าย บริษัทควรให้ความสำคัญในเรื่องที่ตั้งของสำนักงานการให้บริการ เพื่อสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ ซึ่งการตั้งของสำนักงานอาจเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจว่าจะเลือกใช้บริการหรือไม่เลือกใช้บริการ เนื่องจากคำนึงถึงความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการ

5.6.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด บริษัทควรให้ความสำคัญในเรื่องของโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าใหม่ ซึ่งถ้ามีการส่งเสริมการขายที่ดี จะมีแรงจูงใจให้มีผู้มาใช้บริการวิทยุสื่อสารมากขึ้น

5.6.1.5 ด้านพนักงาน บริษัทควรให้ความสำคัญแก่ผู้ให้บริการ เพราะผู้มารับบริการคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่ดีเมื่อมาใช้บริการ รวมถึงการอบรมพนักงานด้านการแนะนำสินค้า และการแก้ไขปัญหาให้มีประสิทธิภาพ

5.6.1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ บริษัทควรให้ความสำคัญเพราะว่ากระบวนการให้บริการ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับพนักงานและขั้นตอนการปฏิบัติตามนโยบายที่บริษัทกำหนดไว้ ซึ่งอาจเกิดจากขั้นตอนล่าช้า

5.6.1.7 ด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทควรให้ความสำคัญในด้านของสิ่งแวดล้อมภายในศูนย์การให้บริการและสภาพแวดล้อมภายนอกควรมีความเหมาะสมกับพื้นที่ ซึ่งผู้มารับบริการจะได้มีความคล่องตัวในการใช้บริการ และมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม

## 5.6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.6.2.1 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษา : บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

5.6.2.2 การศึกษาเชิงลึก (In depth Study) เกี่ยวกับ ผลกระทบต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ขับรถรับจ้างสาธารณะ (TAXI) ที่ใช้ระบบวิทยุสื่อสารเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษา : บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

**บรรณานุกรม**