

ความพึงพอใจการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขต
จังหวัดขอนแก่น

Satisfaction of people using mobile phone network in Khon Kaen

ปัฐเมศ ปอนบุญทุม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น (3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น (4) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 400 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยทำการทดสอบสมมติฐานทางสถิติด้วย ANOVA และการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ

Abstract

This research purposes to :(1) Study in the level using mobile phone network in Khon Kaen province; (2) Study behavior using mobile phone network in Khon Kaen province; (3) Study comparison of Marketing Mix factors affecting to use mobile phone network Khon Kaen province ;(4) Study in factors the influencing satisfaction to use mobile phone network in Khon Kaen province. This research was conducted by simple random sampling and using questionnaire as the tool to collect data from 400 samples which were analyzed. Statistical calculations were based on percentage, mean and standard deviation statistical hypothesis testing with ANOVA and Multiple Regression Analysis.

Keyword : Satisfaction, Mobile phone network.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมความก้าวหน้าของนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอย่างก้าวกระโดด ทำให้บุคคลทั่วไปที่เป็นผู้บริโภคหรือผู้ซื้อต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตตามไปด้วย และภาคธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับตัวและพัฒนากิจกรรมกระบวนการทางธุรกิจตลอดเวลา ต้องเรียนรู้ เข้าใจ และเลือกใช้เทคโนโลยีให้เหมาะกับสินค้าและบริการของตน เพื่อให้ตอบสนองตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ทันเวลา และลักษณะการดำเนินชีวิตของบุคคลในปัจจุบันจะเกี่ยวข้องกับการศึกษาหาความรู้ช่วงวัยเรียน การทำงานที่มีผลต่อการประกอบอาชีพ จนถึงวัยเกษียณ ต่างมีความจำเป็นต้องใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อใช้ติดต่อสื่อสาร และทำกิจกรรมที่สำคัญต่าง ๆ

เมื่อพิจารณาจังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดที่กำหนดเป็นศูนย์กลางปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีประชากร จำนวน 1,802,872 คน (กองแผนและงบประมาณ อบจ.ขอนแก่น, 2564) โดยบุคคลทั่วไปในจังหวัดขอนแก่นใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อติดต่อสื่อสารเริ่มตั้งแต่ด้านการเรียนเพื่อศึกษาหาความรู้และเรียนระบบออนไลน์ถึงระดับอุดมศึกษา ใช้ติดต่อสื่อสารหว่างบุคคลภายในหน่วยงานและภายนอกหน่วยงาน รวมถึงใช้โทรศัพท์มือถือเชื่อมโยงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ติดตามสินค้า และใช้บริการต่างๆ ที่มีผลต่อธุรกรรมทางการเงินร่วมกับธนาคารพาณิชย์ เช่น เช็คยอดเงิน ชำระเงิน

ค่าอุปโภคบริโภค ค่าสาธารณูปโภค และใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อติดต่อสื่อสารกับบุคคลทั่วไปและบุคคลในครอบครัว ในขณะที่ การใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น ยังมีปัญหาในเรื่องความแรงชัด และคุณภาพของสัญญาณ ค่าใช้จ่ายที่มีความเหมาะสมกับราคาที่ชำระ สถานที่ตั้งและการติดต่อกับศูนย์บริการ ความใส่ใจ ความพร้อมในการให้บริการของพนักงาน

จากที่กล่าวมา ผู้ศึกษามีความประสงค์ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น เนื่องจากไม่มีการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น มาก่อน และผลการศึกษาทำให้ทราบถึงระดับการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น ทำให้ทราบพฤติกรรมของประชาชนการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ และทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น

เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ คือ กำหนดเป็นประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตจังหวัดขอนแก่น รวมจำนวน 416,285 คน (กองแผนและงบประมาณ อบจ.ขอนแก่น, 2564) ได้ขนาดตัวอย่าง 400 คน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแยกประเด็นการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจการให้บริการ

ความพึงพอใจ หมายถึง เป็นความรู้สึกของผู้ใช้บริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยความพึงพอใจเป็นลักษณะความรู้สึกที่เกิดจากทัศนคติ ความต้องการเป็นไปตามความคาดหวัง เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองรวดเร็ว ทันที่ ถูกต้อง และแม่นยำ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้ใช้บริการไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการที่คาดหวังไว้ ความพึงพอใจจะหายไปทันที ความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา และความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลในทิศทางบวก ตามความชอบต่อสภาพแวดล้อมในสภาพต่าง ๆ เป็นความรู้สึกพอใจต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความชอบ เป็นความรู้สึกที่บ่งบอกถึงต้องการความสบายใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, (2560, หน้า 111) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อสินค้าหรือได้รับการเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นผลมาจากความสนใจและส่งผลให้มีทัศนคติที่ดี เมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนเองจากการได้รับการอย่างสูงสุดโดยผู้ให้บริการจะเป็นผู้สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ โดยให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างเท่าเทียมกัน มีความต่อเนื่องทันเวลา และมีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นปฏิกริยาของผู้ซื้อหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เพื่อเลือกซื้อสินค้าและบริการ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อในช่วงเวลาหนึ่ง พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นลักษณะการตัดสินใจเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้บริการ มีวัตถุประสงค์ตอบสนองความต้องการและเกิดความพึงพอใจของผู้บริโภคทั้งก่อนการตัดสินใจและภายหลังการตัดสินใจ ในขณะที่ ชูชัย สมธิไกร (2561, หน้า 98) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง เป็นกระบวนการของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าหรือบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ และพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการตัดสินใจต่อการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า หรือผู้บริโภคทำการประเมินผลที่จะใช้สินค้านั้นคาดว่าจะสนองความต้องการได้เป็นอย่างดีและมีผลต่อกลยุทธ์การตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับตามที่ต้องการ จึงส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจที่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากเป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

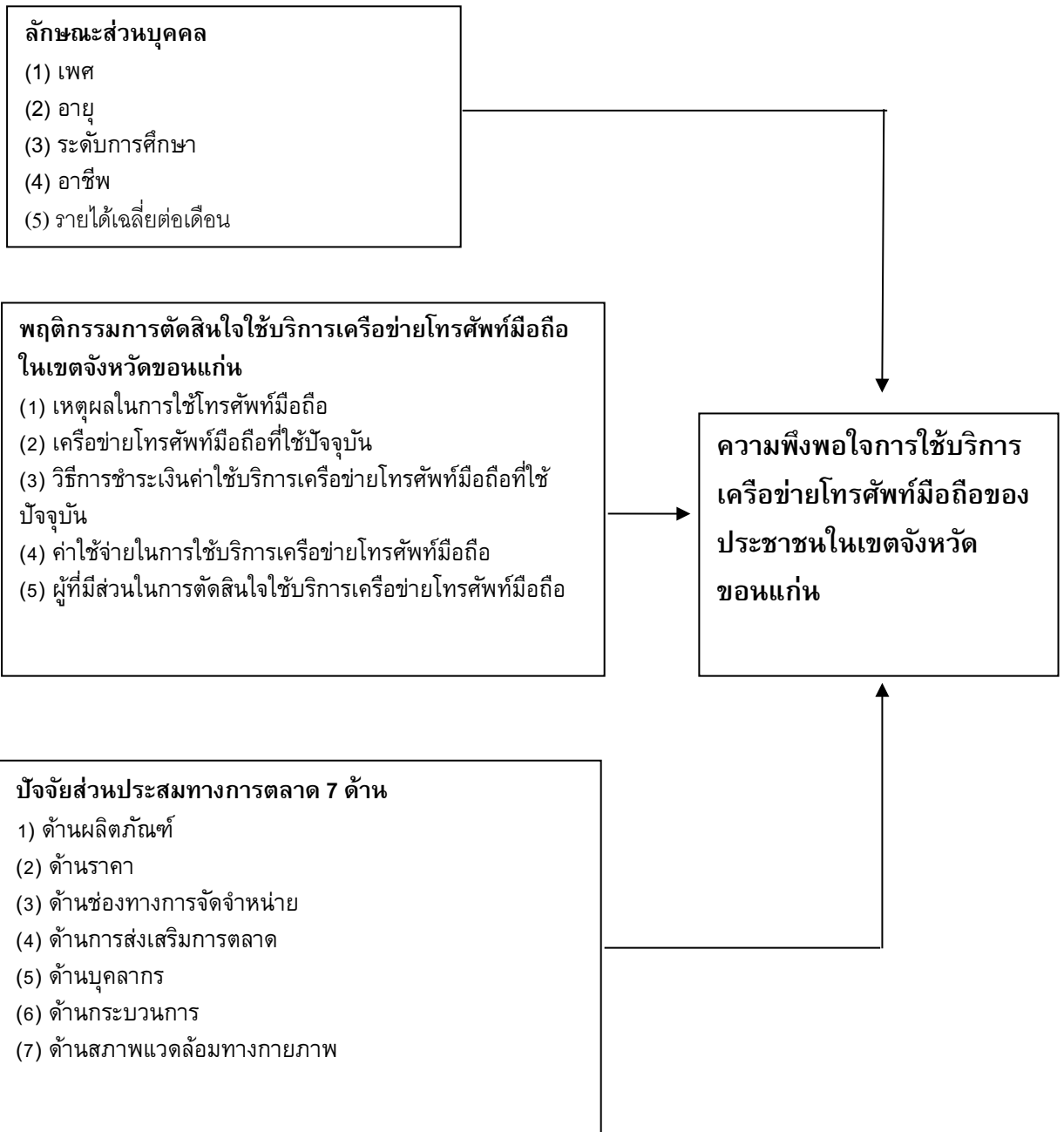
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ในปัจจุบันสภาพแวดล้อมเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมีผลทำให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดดทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย สำคัญที่สุดภาคธุรกิจต้องมีการปรับตัวและพัฒนากิจกรรมทางธุรกิจตลอดเวลา เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค มีผลทำให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ปรัชญาของการบริหารการตลาด เป็นสิ่งที่ยึดหลักการบรรลุเป้าหมายของธุรกิจ จะประสบผลสำเร็จได้นั้นขึ้นอยู่กับ การรับรู้ความต้องการของตลาดเป้าหมาย และต้องมีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่งทางการค้า ประกอบด้วยจุดเริ่มต้นของการตลาด คือ การศึกษาถึงความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความต้องการซื้อ (Demands) ของลูกค้า การนำเสนอทางการตลาด (Marketing offers) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Products) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงส่วนประสมทางการตลาด 4P's เมื่อสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปมีผลทำให้ภาคธุรกิจบริการ เช่น กิจการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ กิจการธนาคาร กิจการโรงแรมและที่พัก ห้างสรรพสินค้า จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงควรเพิ่มส่วนประสมทางการตลาดเข้าไปอีก 3 ด้าน กลายเป็นส่วนประสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ส่วนประสมทางการตลาดที่เพิ่มเข้ามาธุรกิจมีเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดบรรลุผลความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

ประชากร

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ คือ กำหนดเป็นประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตจังหวัดขอนแก่น รวมจำนวน 1,802,872 คน (กองแผนและงบประมาณ อบจ.ขอนแก่น, 2564)

กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากผู้ศึกษาวิจัยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973) ได้พัฒนาสูตรขึ้นมาเพื่อใช้ในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ที่ 0.05 สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

e คือ ความคลาดเคลื่อนของการเลือก
ตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

จากสูตรในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง แทนค่าในสูตร ดังนี้

$$n = \frac{1,802,872}{1 + [1,802,872 (0.05)^2]}$$

$$n = 399.91$$

การคำนวณได้ 399.91 ผู้ศึกษาวิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

สำหรับงานวิจัยนี้ ใช้หลักการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) เรียงลำดับเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ขั้นตอนที่ 2 เขตจังหวัดขอนแก่นแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 26 อำเภอ (กองแผนและงบประมาณ อบจ.ขอนแก่น, 2564

ขั้นตอนที่ 3 จากเขตการปกครอง 26 อำเภอ ตามสัดส่วนที่กำหนด ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เฉพาะประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตจังหวัดขอนแก่น ที่ใช้โทรศัพท์มือถือในการดำเนินชีวิตประจำวัน พิจารณาตามความสมัครใจในการตอบสอบถามและรอเก็บแบบสอบถามทันที จำนวน 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยทำการศึกษาจากการแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น มากำหนดเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม สามารถแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน รวมจำนวน 48 ข้อ มีดังนี้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น จากเอกสาร บทความ หลักการทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัยและเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จ จึงตรวจสอบข้อคำถามและเนื้อหา เพื่อให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์และนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมด้านเนื้อหา เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องก่อนนำไปทดลองใช้

ขั้นตอนการทดสอบเครื่องมือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในการสร้างเครื่องมือ เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม จำนวน 3 ท่าน

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และภาษาที่ใช้ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence) ที่เรียกว่า IOC มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 ให้คัดเลือกข้อคำถามไว้

ใช้ได้ หากข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดข้อคำถามทิ้ง แล้วพิจารณาคัดเลือกแบบทดสอบที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.66 – 1.00 เป็นแบบทดสอบมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้ (ยุทธ ไกยวรรณ, 2562, หน้า 118)

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	+1
ถ้าเห็นว่าไม่แน่ใจ	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

3. นำแบบสอบถามที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในแต่ละตัวแปร ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นและความสอดคล้องในแบบสอบถาม ซึ่งค่าแอลฟาที่ได้ แสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ถ้ามีค่าใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่า มีความเชื่อมั่นมาก ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ทั้งฉบับเท่ากับ .987

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านทดสอบความเที่ยงตรง ไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง และรับคืนด้วยตนเอง เพื่อให้ได้แบบสอบถามครบ จำนวน 400 ชุด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากเขตการปกครอง 26 อำเภอ ตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ ทำการเก็บข้อมูลด้วยวิธีแจกแบบสอบถาม และเฉพาะประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตจังหวัดขอนแก่น โดยใช้โทรศัพท์มือถือในการดำเนินชีวิตประจำวัน พิจารณาตามความสมัครใจในการตอบสอบถามและรอเก็บแบบสอบถามทันที จำนวน 400 ชุด

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทำการค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความ ตำราทางวิชาการ วารสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น

วิธีการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อเป็นการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น จำแนกตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ใช้วิธี Independent Simple T-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่าง

ค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ได้แก่ เพศต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกันได้แก่ ใช้วิธี F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 3 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกันได้แก่ เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นำมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) และเป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานทางสถิติการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณหาความสัมพันธ์ (Multiple Regression Analysis) เพื่อที่ต้องการทราบว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น

ผลการวิจัย

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น สรุปได้มีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกันได้ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าโดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่า Sig เท่ากับ .000 น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกันได้ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า โดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่า Sig เท่ากับ .000 น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกันได้ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าโดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่า Sig เท่ากับ .005 น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกันได้ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่า Sig เท่ากับ .216 มากกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีผลต่อ

การใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า โดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่า Sig เท่ากับ .000 น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6 ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น ผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติวิเคราะห์การพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = .565$) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น มากกว่า รองลงมา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\beta = .484$) ด้านบุคลากร ($\beta = .277$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\beta = .184$) และด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = .169$) ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 58.8 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 41.2 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรด้านราคา ด้านกระบวนการ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น

อภิปรายผล

ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000- 20,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน อายุต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน โดยรวมมีผลต่อการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกัน

พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือเพื่อติดต่อหรือสั่งงานผ่านแอปพลิเคชัน โดยใช้เครือข่าย AIS ชำระเงินค่าบริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือระบบรายเดือน มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 301 - 500 บาท มีบิดา / มารดา / ญาติพี่น้อง เป็นผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่าย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น พบว่า ในภาพรวมอยู่ระดับมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มากกว่า รองลงมา ด้านราคา ด้าน

ผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยมีความคิดเป็นข้อเสนอแนะ ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญศูนย์บริการมีการตกแต่งสวยงาม มากกว่า รองลงมา มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยในการให้บริการ และภายในศูนย์บริการมีให้ใช้ WiFi ฟรี ที่นั่งระหว่างรอใช้บริการอย่างเพียงพอ และศูนย์บริการมีความสะอาดเรียบร้อย ตามลำดับ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น ควรกำกับดูแลศูนย์บริการให้มีการตกแต่งสวยงามอย่างเหมาะสมเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ควรมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมให้บริการ ภายในศูนย์บริการควรมีให้ใช้ WiFi บริการฟรี ควรมีที่นั่งระหว่างรอใช้บริการอย่างเพียงพอ ศูนย์บริการควรมีความสะอาดเรียบร้อยสม่ำเสมอ

ด้านราคา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญสามารถกำหนดค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์ตามโปรโมชั่นได้อย่างเหมาะสม มากกว่า รองลงมา สามารถตรวจสอบค่าบริการได้ตลอดเวลา การมีส่วนลดถ้าใช้งานนานมากกว่า 90 วัน สามารถชำระค่าบริการต่างๆ ทางออนไลน์ได้ และราคาแพคเกจที่ใช้บริการถูกกว่าเครือข่ายอื่น ตามลำดับ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น ควรกำหนดให้ลูกค้าเลือกค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์ตามโปรโมชั่นได้อย่างเหมาะสมด้วยตนเอง ควรให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบค่าบริการได้ตลอดเวลาโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ควรมีส่วนลดถ้าใช้งานนานมากกว่า 90 วัน ราคาแพคเกจที่ใช้บริการควรถูกกว่าเครือข่ายอื่น ควรให้ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการต่างๆ ทางออนไลน์ได้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญความแรงชัด คุณภาพของสัญญาณ มากกว่า รองลงมา เสียงสัญญาณชัดเจนระหว่างการโทร เครือข่ายสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่ สื่อสารได้ต่อเนื่องสายไม่หลุดระหว่างการโทร และสุดท้ายมีการบริการเสริมแบบใหม่มาให้ใช้อย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น ควรรักษาระดับความแรงของ คุณภาพสัญญาณให้คงที่ เสียงสัญญาณควรมีความชัดเจนระหว่างการโทรต่อเนื่อง เครือข่ายสัญญาณควรครอบคลุมทุกพื้นที่ ควรสื่อสารได้ต่อเนื่องโดยสายไม่หลุดระหว่างการโทร และควรมีการบริการเสริมแบบใหม่มาให้ใช้อย่างต่อเนื่อง

ด้านกระบวนการ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญความสะดวกในการเปลี่ยนแปลงโปรโมชั่น มากกว่า รongลงมา ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับศูนย์บริการ การบริการหลังการขายรวดเร็ว และการเปิดใช้บริการของศูนย์บริการมีความรวดเร็ว ตามลำดับ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น ควรเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าสามารถเปลี่ยนแปลงโปรโมชั่นได้ง่ายขึ้น ศูนย์บริการเพื่อให้ลูกค้าติดต่อบริการหลังการขายควรเปิดทำการรวดเร็วมากขึ้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญศูนย์บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ มากกว่า รongลงมา สถานที่ตั้งศูนย์บริการอยู่ในตำแหน่งที่หาง่าย สามารถติดต่อได้ง่ายไม่รอนาน ความพร้อมของศูนย์บริการ และสามารถโทรติดต่อศูนย์บริการได้ตลอดเวลา ตามลำดับ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น ควรเพิ่มศูนย์บริการให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ควรกำหนดสถานที่ตั้งศูนย์บริการอยู่ในตำแหน่งที่หาง่าย ควรลดขั้นตอนให้บริการไม่ให้ลูกค้ารอนาน ควรกำหนดให้ลูกค้าโทรติดต่อศูนย์บริการได้ตลอดเวลา

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มากกว่า รongลงมา มีการลดราคา หรือแจกของขวัญ ในโอกาสพิเศษ มีการแถมเวลาให้ฟรี เมื่อใช้บริการครบตามกำหนด มีบริการเสริม เช่น การส่งข้อความ เสียงรอสาย และมีการแจกบัตรลดราคา เพื่อใช้กับร้านค้าอื่นที่เข้าร่วมโปรโมชั่น ตามลำดับ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น ควรมีการลดราคา หรือแจกของขวัญในโอกาสพิเศษ หรือควรแถมเวลาให้ฟรี เมื่อใช้บริการครบตามกำหนด ควรมีบริการเสริมฟรีไม่คิดค่าใช้จ่าย เช่น การส่งข้อความ เสียงรอสาย และควรมีการแจกบัตรส่วนลดราคาสินค้าอื่น ๆ เพื่อใช้กับร้านค้ารายอื่นที่เข้าร่วมโปรโมชั่น

ด้านบุคลากร พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี มากกว่า รongลงมา พนักงานใส่ใจในการให้บริการ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ พนักงานมีความรู้ชี้แจงอธิบายได้เข้าใจ และพนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดขอนแก่น ควรส่งเสริมให้พนักงานสร้างมนุษยสัมพันธ์ดีกับลูกค้า พนักงานควรใส่ใจในการให้บริการอย่างเหมาะสม พนักงานควรมีความพร้อมในการให้บริการมากขึ้น ควรมีทักษะ มีความรอบรู้สามารถชี้แจงอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้ชัดเจน และพนักงานควรให้บริการอย่างเท่าเทียมเสมอภาค

บรรณานุกรม

- กองแผนและงบประมาณ อบจ.ขอนแก่น. (2564). ข้อมูลประชากร จังหวัดขอนแก่น
ค้นเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2565 จาก <http://www.kkpao.go.th/E-PlanData/?mod=index&file=datacat2-2>
- กันยารัตน์ เควียเช่น. (2556). การใช้เทคโนโลยีเคลื่อนที่เพื่อพัฒนาการบริการสารสนเทศ.
วารสารบรรณศาสตร์ มศว ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2556.
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- กิตติ ทรัพย์ชูกุล. (2559). สตาร์ทอัพธุรกิจ ด้วยนวัตกรรม (พิมพ์ครั้งที่ 1). :กรุงเทพฯ.
สำนักพิมพ์ อะกรี พลัส
- นิตยาพร เสมอใจ. (2019). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ . สำนักพิมพ์ SE-ED
- นิตยาพร เสมอใจ. (2020). การจัดการและการตลาดบริการ ฉบับปรับปรุง., กรุงเทพฯ .
สำนักพิมพ์ SE-ED
- ชวัลวิทย์ จีวลาย. (2561). ความคุ้มค่าและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์แบบควบรวม
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในอำเภอบางปะอิน จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูชัย สมितिไกร. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชัยพร อุดมชนะโชคและอภิญา อุดมชนะโชค. (2563). หยุตลูกค้าให้ซื้อด้วยรูปและ VDO
โฆษณาสุดปัง ที่ทำจากมือถือเครื่องเดียว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ I AM THE BEST
- ดิษฐ์ ลอแด. (2561). การพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต
บนโทรศัพท์มือถือในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้วยการวิเคราะห์การถดถอย
พหุโลจิสติก. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9.
มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS
(พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ : บิซิเนสอาร์แอนด์ดี
- บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ. (2560). การจัดการเชิงยุทธศาสตร์สำหรับ CEO. กรุงเทพฯ : พี.
เพรส.
- ภาวรุช พงษ์วิทย์ภาณุ. (2560). การตลาดออนไลน์ที่ใช้ มีแต่กำไร ไม่มีขาดทุน. กรุงเทพฯ :
อมรินทร์ How To.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2562). หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- รสสุคนธ์ สุกุลเมตตา. (2557). *การรับรู้และการตอบสนองการสื่อสารการตลาดผ่านไลน์ออฟฟิเชียลแอดเคาน์ต์ของเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ*.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- วุฒิ สุขเจริญ. (2561). *วิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วุฒิ สุขเจริญ. (2563). *เทคนิคการวิเคราะห์ตำแหน่งแบรนด์*. กรุงเทพฯ., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2564) *หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. กรุงเทพฯ : ท้อป
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ, บริษัทธรรมสาร
- สมชาติ กิจยรรยง. (2560). *กลยุทธ์การขายที่สร้างโอกาสทางการตลาด*. กรุงเทพฯ :
สมาร์ท ไลฟ์
- สุวรรณ ดอกไม้คลี. (2557). *กลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์และการตลาดเพื่อสังคมที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อแบรนด์ธุรกิจเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
- สุนทรี อัจฉวิกุล. (2559). *ปัจจัยต่อการเลือกผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี*. การประชุมวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรมระดับชาติ ครั้งที่ 9, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- สุรียันต์ ศรีอินหงศ์. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการ AIS ในกรุงเทพฯและปริมณฑล*. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อมร วิเรขรัตน์. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Prestice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Taro Yamane. (1973) *Statistics An Introductory Analysis*. 3rd Edition, Harper and Row, New York.