

# คุณภาพการซื้อขายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคโทรเน็ต จำกัด



นายประจักษ์ เจริญญาติ

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ปีการศึกษา 2560

## คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคโทรเน็ต จำกัด

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อนุมัติให้นับโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบโครงการ

\_\_\_\_\_

(รศ. ดร.พรศิริ จงกล)

ประธานกรรมการ

\_\_\_\_\_

(รศ. ดร.ขวัญกมล ดอนขวา)

กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ)

\_\_\_\_\_

(ผศ. ดร.มงคล จิรวรรณเดช)

กรรมการ

\_\_\_\_\_

(รศ. ร.อ. ดร.กนต์ธร ชำนิประศาสน์)

คณบดีสำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์

ประจักษ์ เจริญญาติ : คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด  
(DTAC TRINET NETWORK TRANSMISSION PERFORMANCE) อาจารย์ที่ปรึกษา :  
รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญกมล คอนขวา

การศึกษาเรื่องคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด ได้กำหนดวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด และ (2) เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด โดยเน้นศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรเป้าหมาย ตำบลสุรนารี ตำบลปรุใหญ่ และตำบลบ้านใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา รวม 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่าประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีระดับการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.64 เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพจากมากไปหาน้อย พบว่าด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.69 รองลงมาเป็นด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.65 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.64 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีค่าเฉลี่ย 3.62 และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

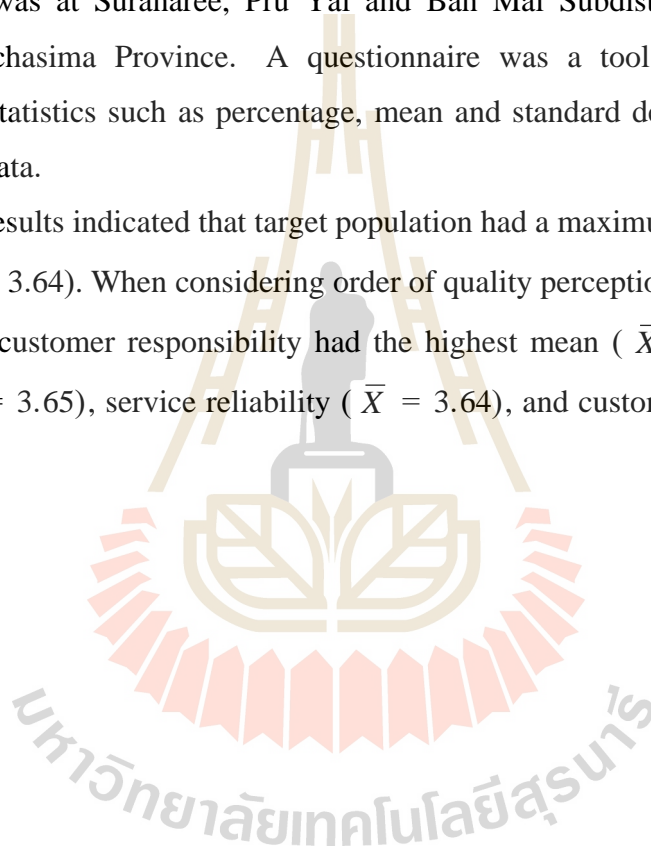
สาขาวิชา การบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค  
ปีการศึกษา 2560

ลายมือชื่อนักศึกษา \_\_\_\_\_  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา \_\_\_\_\_

PRAJUK CHAROENYAD : DTAC TRINET NETWORK TRANSMISSION  
PERFORMANCE. ADVISOR : ASSOC. PROF. KWUNKAMOL  
DONKWA, Ph.D.

The study of DTAC TRINET NETWORK TRANSMISSION PERFORMANCE has purposes: (1) to study network transmission performance and (2) to study to increase the quality of network transmission performance. The sample size of 400 target populations was at Suranaree, Pru Yai and Ban Mai Subdistrict, Muang District, Nakhon Ratchasima Province. A questionnaire was a tool for data collection. Descriptive statistics such as percentage, mean and standard deviation were used to analyze the data.

The results indicated that target population had a maximum level of perception overall ( $\bar{X} = 3.64$ ). When considering order of quality perception from high to low, it showed that customer responsibility had the highest mean ( $\bar{X} = 3.69$ ), customer centric ( $\bar{X} = 3.65$ ), service reliability ( $\bar{X} = 3.64$ ), and customer confidence ( $\bar{X} = 3.60$ ).



School of Construction and Infrastructure Management Student's Signature \_\_\_\_\_

Academic Year 2017

Advisor's Signature \_\_\_\_\_

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำโครงการนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ได้กรุณาให้แนวคิด ให้คำแนะนำแนวทางการทำงาน และเมตตากรุณาถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ศึกษาเป็นอย่างดี ทั้งยังปลุกฝังให้ผู้ศึกษามีความอดทน มีวินัย อันเป็นคุณประโยชน์ต่อผู้ศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนให้ความรู้ในหลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค ให้แก่ผู้ศึกษา ซึ่งนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการทำงานของผู้ศึกษาต่อไป และขอขอบคุณเพื่อนๆทุกท่านที่ช่วยเหลือกันคอยให้กำลังใจตลอดการทำงานศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างดี

ผู้ศึกษาขอระลึกถึงพระคุณบิดา มารดา ที่ได้อบรมสั่งสอนให้เป็นคนดี ขอขอบคุณภรรยา และครอบครัว ที่สนับสนุน ให้กำลังใจในการเรียน และช่วยเหลือให้สามารถทำโครงการนี้สำเร็จ ลุล่วงด้วยดี

ประจักษ์ เจริญญาติ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ช
บทที่	
1  บทนำ.....	1
1.1  ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2  วัตถุประสงค์.....	1
1.3  ขอบเขตการวิจัย.....	2
1.4  ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	2
2  ปริทัศน์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	3
2.1  แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....	3
2.2  งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.3  กรอบแนวคิดการวิจัย.....	11
3  วิธีดำเนินการวิจัย.....	12
3.1  วิธีการวิจัย.....	12
3.2  วิธีดำเนินการวิจัย.....	12
3.2.1  ประชากร.....	12
3.2.2  ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง.....	13
3.2.3  สถานที่เก็บข้อมูล.....	14
3.3  เครื่องมือในการวิจัย.....	14
3.4  การสร้างและหาประสิทธิภาพเครื่องมือ.....	15
3.5  ผลการหาประสิทธิภาพเครื่องมือ.....	16
3.6  การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	17
3.7  การวิเคราะห์ข้อมูล.....	17

4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	18
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	18
4.2	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านการรับรู้คุณภาพการบริการของบริษัท ดีแทค ไترنت จำกัด.....	21
4.3	ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะในการใช้บริการเครือข่ายการส่งสัญญาณ ของบริษัท ดีแทคไترنت จำกัด.....	27
5	สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	28
5.1	สรุปผลการวิจัย.....	28
5.2	ข้อเสนอแนะ.....	30
	เอกสารอ้างอิง.....	32
	ภาคผนวก ก การหาค่าความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (IOC) แบบสอบถามงานวิจัย.....	34
	ประวัติผู้เขียน.....	42



## สารบัญชตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 จำนวนประชากรในพื้นที่ทำการศึกษา.....	13
3.2 จำนวนสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง.....	14
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	18
4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของ บริษัท ดีเทค ไตรเน็ต จำกัด.....	22
4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของ บริษัท ดีเทค ไตรเน็ต จำกัด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ.....	22
4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของ บริษัท ดีเทค ไตรเน็ต จำกัด ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้.....	23
4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของ บริษัท ดีเทค ไตรเน็ต จำกัด ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า.....	24
4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของ บริษัท ดีเทค ไตรเน็ต จำกัด ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า.....	25
4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของ บริษัท ดีเทค ไตรเน็ต จำกัด ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า.....	26
4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง.....	27





## สารบัญรูปภาพ

รูปที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	11



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โทรศัพท์เคลื่อนที่ถือเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารที่มีความสำคัญ และมีความจำเป็นอย่างมากกับผู้บริโภคในปัจจุบัน การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันไม่ใช่แค่การโทรออกและรับสายอย่างเดียว แต่ยังมีบริการอินเทอร์เน็ตสำหรับการใช้งานบนมือถือ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวก เพราะสามารถให้บริการได้เกือบทุกพื้นที่ เป็นการสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็วที่สุด

โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันและมีใช้กันอย่างแพร่หลาย ทำให้ธุรกิจที่ให้บริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมของประเทศไทยมีการแข่งขันสูงและมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทคได้มีการพัฒนาโครงข่ายจาก 2G คลื่น 1800 MHz เป็น 3G คลื่น 850 MHz มีการชนะประมูลคลื่น 3G ความถี่ 2100 MHz เมื่อปี 2555 และยังได้รับเลือกเป็นคู่ค้าในการให้บริการ 4G บนคลื่นความถี่ 2300 MHz ของบริษัททีโอที เมื่อเดือนพฤษภาคม 2017 ที่ผ่านมา เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้งานบนคลื่นสัญญาณที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานทุกรูปแบบ ทุกพื้นที่ได้อย่างราบรื่นเต็มประสิทธิภาพ โดยในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีศูนย์บริการขนาดใหญ่ 2 แห่ง และมีศูนย์บริการย่อย 4 แห่ง สำหรับให้บริการลูกค้าอย่างทั่วถึง

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษา การรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด เพื่อเป็นแนวทางนำเสนอให้กับบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ได้รับรู้ และจะเกิดประโยชน์กับบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ที่จะรักษาลูกค้าเอาไว้และได้ลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยให้มีงานขยายเครือข่ายสัญญาณเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด จึงเป็นเรื่องที่มีความน่าสนใจที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ผลที่ได้จากการวิจัย จะเป็นประโยชน์ที่จะนำไปประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ต่อไป

#### 1.2 วัตถุประสงค์

การวิจัยเรื่อง คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญดังนี้

- 1.2.1 เพื่อวิเคราะห์ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด
- 1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด

### 1.3 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยสรุปได้ดังนี้

- 1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรเป้าหมายอาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลสุรนารี ตำบลปรุใหญ่ และตำบลบ้านใหม่ เขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทค
- 1.3.2 ขอบเขตด้านตัวแปรหรือประเด็นที่ศึกษา ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามาจากปัจจัยการรับรู้คุณภาพการให้บริการของ Parasuraman, Zeithaml, & Berry, (1990) ประกอบด้วย (1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (3) การตอบสนองต่อลูกค้า (4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ (5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า
- 1.3.3 ขอบเขตด้านสถานที่และเวลา การศึกษาโครงการเรื่องนี้มีพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยเน้นเฉพาะตำบลสุรนารี ตำบลปรุใหญ่ และตำบลบ้านใหม่ ระยะเวลาการศึกษา อยู่ในช่วงตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 – มิถุนายน 2561

### 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ทำให้ได้สารสนเทศที่มีประโยชน์ ที่ทำให้บริษัทสามารถไปปรับปรุงการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น

## บทที่ 2

### ปรัชญ่วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

งานวิจัยเรื่อง คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด ได้ทำการศึกษาค้นคว้า แนวทางทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย รวมถึงการจัดทำเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และใช้เป็นข้อมูลประกอบการอ้างอิงในการให้ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

- 2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

ตัวแบบที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการที่ได้รับความนิยมนำมาใช้อย่างแพร่หลายนั้นนับว่าได้แก่ผลงานของพาราซูรามาน ซีแธมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry) ซึ่งได้พัฒนาตัวแบบเพื่อใช้สำหรับการประเมินคุณภาพการให้บริการโดยอาศัยการประเมินจากพื้นฐานการรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้า พร้อมกับได้พยายามหานิยามความหมายของคุณภาพการให้บริการและปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสม ผลงานความคิดและการพัฒนาตัวแบบ SERVQUAL ของซีแธมล์ พาราซูรามานและคณะ (Zeithaml, Parasuraman, and Berry, 1985; 1990) มาจากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างคุณภาพการให้บริการ ที่ได้แบ่งระยะของการวิจัยออกเป็น 4 ระยะ โดย

ระยะที่ 1 ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในกลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลายแห่ง และนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบคุณภาพในการให้บริการ

ระยะที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์โดยมุ่งศึกษาที่ผู้รับบริการ โดยเฉพาะ ใช้รูปแบบคุณภาพในการให้บริการที่ได้จากระยะที่ 1 มาปรับปรุงได้เป็นเครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL และปรับปรุงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพในการให้บริการตามการรับรู้ และความคาดหวังของผู้รับบริการ

ระยะที่ 3 ได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์เหมือนในระยะที่ 2 แต่มุ่งขยายผลการวิจัยให้ครอบคลุมองค์การต่างๆ มากขึ้น มีการดำเนินงานหลายขั้นตอน เริ่มต้นด้วยการวิจัยในสำนักงาน 89

แห่ง ของ 5 บริษัทชั้นนำในการบริการ แล้วนำงานมาวิจัยทั้ง 3 ระยะเวลาศึกษาร่วมกันโดยการทำ สัมมนากลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในกลุ่มผู้บริหารและท้ายสุดได้ ทำการวิจัยสำรวจในทุก ๆ กลุ่ม ต่อมาได้ทำการศึกษาอีกครั้งในธุรกิจบริการ 6 ประเภท ได้แก่ งาน บริการซ่อมบำรุง งานบริการบัตรเครดิต งานบริการประกัน งานบริการโทรศัพท์ทางไกล งาน บริการธนาคารสาขาย่อย และงานบริการนายหน้าซื้อขาย

และระยะที่ 4 เป็นการมุ่งศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริการ โดยเฉพาะ

ข้อสรุปทั่วไปจากงานวิจัยข้างต้น ซีแอมล์ พาราชูรามานและคณะ (Ziethaml, Parasuraman, and Berry, 1990) ได้กำหนดมิติที่จะใช้วัดคุณภาพในการให้บริการ (dimension of service quality) ไว้ 10 ด้าน มีมาตรวัดความพึงพอใจของการบริการรวม 22 คำถามด้วยกัน ซึ่งได้รับความนิยมน้อยแพร่หลายในอุตสาหกรรมบริการ (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2550: 75) โดยตัวแปรหลัก 10 ตัวแปรที่ซีแอมล์ พาราชูรามานและคณะที่ได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้วัดคุณภาพการ ให้บริการ สามารถสรุปได้ในหัวข้อด้านล่าง ก่อนที่จะมีการปรับปรุงให้คงเหลือเพียง 5 ตัวแปรหลัก และได้ให้ความหมายของมิติหรือมุมมองของคุณภาพการให้บริการไว้กล่าวคือ

มิติที่ 1 ลักษณะของการบริการ (appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้อง ได้ในการให้บริการ

มิติที่ 2 ความไว้วางใจ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือ การบริการที่เป็นไปตามคำมั่นสัญญาได้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

มิติที่ 3 ความกระตือรือร้น (responsiveness) หมายถึง การที่องค์การที่ให้บริการแสดงความ เต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างเต็มที่ ทันทีทันใด

มิติที่ 4 สมรรถนะ (competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่ รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

มิติที่ 5 ความมีไมตรีจิต (courtesy) หมายถึง มีอหยาสน์นอบน้อม มีไมตรีจิตที่เป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจ และมีความเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติการให้บริการ

มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (credibility) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่น ด้วยความซื่อตรงและสุจริตของผู้ให้บริการ

มิติที่ 7 ความปลอดภัย (security) หมายถึง สภาพที่บริการปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัย หรือปัญหา ต่าง ๆ

มิติที่ 8 การเข้าถึงบริการ (access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความสะดวก ไม่ยุ่งยาก

มิติที่ 9 การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และการสื่อความหมาย

มิติที่ 10 การเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ (understanding of customer) ในการค้นหาและทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ รวมทั้งการให้ความสนใจต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

ต่อมาภายหลัง ตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการหรือ SERVQUAL ได้รับการนำมาทดสอบซ้ำจากจากโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกลุ่มทั้งสิ้น 12 กลุ่ม คำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์จำนวน 97 คำตอบ ได้ทำการจับกลุ่มเหลือเพียง 10 กลุ่มที่แสดงถึงคุณภาพการให้บริการ โดยแบบวัด SERVQUAL นี้ได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดถึงความคาดหวังในบริการจากองค์กรหรือหน่วยงาน และส่วนที่ 2 เป็นการวัดการรับรู้ภายหลังจากได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในการแปลคะแนนของแบบวัด SERVQUAL สามารถทำได้โดยการนำคะแนนการรับรู้ในบริการลบกับคะแนนความคาดหวังในบริการ และถ้าผลลัพธ์ของคะแนนอยู่ในช่วงคะแนนตั้งแต่ +6 ถึง -6 แสดงว่า องค์กรหรือหน่วยงานดังกล่าวมีคุณภาพการให้บริการในระดับดี ทั้งนี้ นักวิชาการที่ทำการวิจัยดังกล่าว ได้นำหลักทฤษฎีเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพในการบริการของผู้รับบริการ และได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) และความเที่ยงตรง (validity) พบว่า SERVQUAL สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลัก และยังคงมีความสัมพันธ์กับมิติของคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ประการ SERVQUAL ที่ทำการปรับปรุงใหม่จะเป็นการยุบรวมบางมิติจากเดิมให้รวมกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ SERVQUAL ที่ปรับปรุงใหม่ประกอบด้วย 5 มิติหลัก (Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1990: 28; Lovelock, 1996: 464-466) ประกอบด้วย

**มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility)** หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าจะได้รับการดูแลห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นๆ ได้ชัดเจนขึ้น

**มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability)** หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

**มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า** (responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว

**มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า** (assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

**มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า** (empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ ผู้รับบริการสามารถตอบสนองตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

SERVQUAL ได้รับความนิยมในการนำมาใช้เพื่อศึกษาในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการอย่างกว้างขวาง ซึ่งองค์การต้องการทำความเข้าใจต่อการรับรู้ของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายตามความต้องการในบริการที่เขาต้องการ และเป็นเทคนิคที่ให้วิธีการวัดคุณภาพในการให้บริการขององค์การ นอกจากนี้ ยังสามารถประยุกต์ใช้ SERVQUAL สำหรับการทำความเข้าใจกับการรับรู้ของบุคลากรต่อคุณภาพในการให้บริการ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้เกิดการพัฒนาการให้บริการประสบผลสำเร็จ

พาราสุรามาน, ไชเชมอด และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988 อ้างใน ยุวดี มีพรปัญญาทวีโชค, 2553, หน้า 17) กล่าวว่า “คุณภาพการบริการ คือ ประสบการณ์ทั้งหมดซึ่งลูกค้าสามารถประเมินออกมาได้ นอกจากนั้นคุณภาพการบริการ คือ ตัวชี้วัดเพื่อประเมินระดับขั้นความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำเสนอบริการที่คุณภาพดีที่สุด ซึ่งสิ่งสำคัญอย่างมาก คือ การล่วงรู้ถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริง (Exactly Wants) สิ่งที่คุณค่ามีความชอบ (Preference) และสิ่งที่ลูกค้าชื่นชมยินดี (Delight) ลูกค้าที่รู้สึกชื่นชมยินดี คือ ภาวะที่ไม่ปรากฏความคาดหวังแต่จะกลายเป็นภาวะที่เกินความคาดหวัง”

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตรีนุช จำปาทอง (2553) ได้ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการก่อนและหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก คลินิกพิเศษนอกเวลาราชการ โรงพยาบาลศิริราช โดยศึกษาเปรียบเทียบ 2 กรณี คือ ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการก่อนและหลังใช้บริการ และระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้คุณภาพบริการหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก คลินิกพิเศษนอกเวลาราชการ โรงพยาบาลศิริราช ทั้งโดยรวมและรายด้าน ศึกษาโดยใช้เครื่องมือวัดคุณภาพบริการตามแนวคิดและทฤษฎีของ พาราสุรามาน, ไชเชมอด และแบร์รี่ (Parasuraman,



Zeithaml, & Berry, 1985) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก คลินิกพิเศษนอกเวลาราชการ โรงพยาบาลศิริราช จำนวน 400 ชุด โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และเลือกแบบกำหนดโควตา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การประมาณค่าที่ระดับความเชื่อมั่นด้วยค่าสถิติที่การทดสอบค่าที่การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ค่าสถิติ Brown-Forsythe และการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้คุณภาพการบริการก่อนและหลังการใช้บริการโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับสูง และความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการโดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับสูง ยกเว้นด้านความน่าเชื่อถือที่อยู่ในระดับสูงมาก และเปรียบเทียบ 2 กรณี คือ ระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการก่อนและหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้คุณภาพการบริการหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปฐมพร โดสง่า (2553) ได้ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน โดยใช้ทฤษฎีของพาราสุรามาน, ไชเชมอด และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) ที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพบริการ 10 ด้าน ได้แก่ ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความรู้ความชำนาญ การเข้าถึงบริการ อรรถาธิบายการสื่อสาร ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย การเอาใจใส่ และการสร้างสิ่งที่จับต้องได้ โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ซึ่งได้จากการเลือกตัวอย่างตามสะดวกจากผู้ที่เคยใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีอายุระหว่าง 31-38 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีสถานภาพโสด และมีระดับรายได้ 19,001-30,000 บาท มากที่สุด จากการศึกษาพบว่าผู้ให้บริการมีความคาดหวังและรับรู้ในการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับสูงและในรายด้านทั้ง 10 ด้าน ได้แก่ ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความรู้ความชำนาญ การเข้าถึงบริการ อรรถาธิบายการสื่อสาร ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย การเอาใจใส่ การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและการรับรู้ในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในภาพรวมไม่แตกต่างกัน



หากพิจารณาในรายด้านผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน ยกเว้นผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคาดหวังด้านอรรถาสัยแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีการรับรู้ด้านการสร้างสิ่งที่จะต้องได้แตกต่างกัน และผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคาดหวังด้านการตอบสนองแตกต่างกัน

นรารัตน์ อ่อนศรี (2554) ได้ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และศึกษาการให้บริการของศูนย์บริการบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่แจ้งวัฒนะที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย มีกลุ่มตัวอย่าง 370 คน โดยใช้สถิติวิเคราะห์เป็นค่าแจกแจงความถี่สรุปผลเป็นร้อยละและสถิติทดสอบ Independent Samples t-test และใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA มาทดสอบความแตกต่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ถ้ามีความแตกต่างจะเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้ LSD (Least Significant Difference) ผลการศึกษาพบว่าลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 36-45 ปี มีสถานภาพ โสด มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี ผลการวิจัยที่เกี่ยวกับการใช้บริการประเภทต่างๆ พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการสายเรียกซ้อน บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศรหัส 007 และบริการ TOT Hi-speed Internet และผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ พบว่ามีคุณภาพในการให้บริการด้านความไว้วางใจ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความสุภาพ/อรรถาสัยไมตรี ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง ด้านสิ่งสามารถที่สัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม มีระดับคุณภาพมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้านประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพในการให้บริการที่แตกต่างกัน ส่วนด้านประเภทการให้บริการของศูนย์บริการบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่แจ้งวัฒนะ พบว่าที่แตกต่างก็มีผลต่อคุณภาพในการให้บริการที่แตกต่างกัน

ศันสนีย์ โสธรพิทักษ์กุล และไกรจิต สุตะเมื่อง (2556) ได้ศึกษาความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ “ดีแทค” ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะและความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการดีแทค (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดการลูกค้าสัมพันธ์กับความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการดีแทค (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการดีแทค โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่ใช้บริการระบบดีแทค จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนี้เป็นแบบประชากรที่นับไม่ได้ (Infinite Population) จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา หาค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติอนุมาน ผลจากการศึกษาพบว่า (1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ การศึกษา และอาชีพ ไม่มีความแตกต่างกันต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการดีแทค (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลูกค้าสัมพันธ์ ประกอบด้วย ฐานข้อมูล เทคโนโลยีโปรแกรมการตลาด และการรักษาลูกค้า มีความแตกต่างกันต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการดีแทค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ประกอบด้วย สินค้าและบริการ ราคา ช่องทางการให้บริการ และรายการส่งเสริมการขาย มีความแตกต่างกันต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการดีแทค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สุภาวดี พรหมเกาะ (2557) ได้ศึกษาลักษณะและความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Dtac TriNet ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology) ต่อความตั้งใจใช้บริการ Dtac TriNet ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการ Dtac TriNet ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทำการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Dtac TriNet ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอย เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุประมาณ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,001-30,000 บาท โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดของ Dtac TriNet ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology) ของ Dtac TriNet อยู่ในระดับสูง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือระบบ Dtac TriNet มีความรวดเร็วในการเชื่อมต่อสัญญาณ โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจใช้บริการ Dtac TriNet อยู่ในระดับสูง ซึ่งข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ไม่มีเครือข่ายใดนำให้บริการไปมากกว่า Dtac TriNet ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของลูกค้า

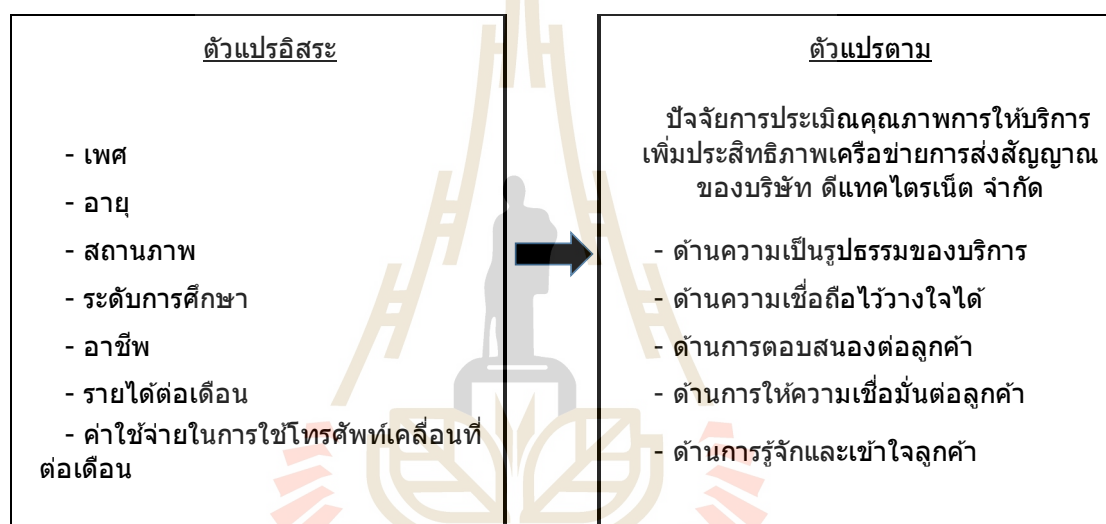
ที่ใช้บริการ Dtac TriNet ในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Dtac TriNet แตกต่างกันและปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่ใช้บริการ Dtac TriNet ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ Dtac TriNet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลจากการวิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้ คือ ผู้ให้บริการเครือข่ายมือถือควร จะดำเนินการปรับปรุงระบบสัญญาณให้มีความเสถียรมากยิ่งขึ้น โดยควรมีการสำรวจพื้นที่ที่ยังรับ สัญญาณได้ไม่ชัดเจนและดำเนินการติดตั้งอุปกรณ์เพื่อขยายสัญญาณให้ผู้ให้บริการ ได้รับความ สะดวกในการใช้บริการได้ต่อไป

กรกรต มธุรพจน์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทค ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย ดีแทค (DTAC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ) และปัจจัยด้าน ส่วน ประสมทางตลาด ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และปัจจัยด้าน กระบวนการ (Process) เพื่อให้ผู้ประกอบการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย ดีแทคสามารถทราบถึง ปัจจัยหรือความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย ดีแทค และสามารถนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นข้อมูล สนับสนุนในการวางแผนการพัฒนาสินค้าและบริการต่างๆ ของ ดีแทค (DTAC) ทั้งในเรื่อง ความเพียงพอของคลื่นสัญญาณที่ให้บริการ ความเร็วของการให้บริการอินเทอร์เน็ต รวมถึงการ นำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบการให้บริการต่างๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการ และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการเพื่อให้เกิดความพอใจต่อผู้ใช้บริการได้ดีขึ้น ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย ดีแทค โดยเรียง ตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และความเหมาะสมของราคา ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการขายและกระบวนการ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านความเร็วของสัญญาณ และปัจจัยด้าน บุคคลและสภาพแวดล้อมของศูนย์บริการในส่วนของวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการ ที่มีความแตกต่างกันในด้านเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความพึง พอใจในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย ดีแทค ที่แตกต่าง โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความ พึงพอใจในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย ดีแทค มากกว่าเพศหญิง นอกจากนี้กลุ่ม

ตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย 30,000-40,000 บาทต่อเดือน จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย ดีแทค ต่ำที่สุด

### 2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากผลของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลอ้างอิงกับผล การทดสอบ ประสิทธิภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต ในพื้นที่ตำบลสุรนารี ตำบลปรุใหญ่ และตำบลบ้านใหม่ เขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทค



รูปที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

#### 3.1 วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว ได้เน้นเฉพาะผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทค ไตรเน็ต เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีผลการรับรู้คุณภาพโดยตรงกับการใช้เครือข่ายดีแทค ไตรเน็ต โดยจะทำการศึกษาในเขตตำบลสุรนารี ตำบลปรุใหญ่ และตำบลบ้านใหม่ จังหวัดนครราชสีมา มีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ศึกษางานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งจากหนังสือ และบทความทางวิชาการ เพื่อเรียบเรียงความสำคัญของปัญหาการวิจัย
2. กำหนดวัตถุประสงค์ และสมมุติฐานงานวิจัย
3. พัฒนารอบแนวคิดงานวิจัย
4. ระบุประชากรเป้าหมายที่จะทำการศึกษา กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งเลือกสถานที่ที่จะทำการวิจัย
5. สร้างและพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัย รวมทั้งหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ
6. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
7. วิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมุติฐานงานวิจัย
8. สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัย
9. นำเสนอข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ประโยชน์และพัฒนาวิจัยครั้งต่อไป

#### 3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

##### 3.2.1 ประชากร

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาเรื่องการศึกษาเรื่องคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด คือผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทค ไตรเน็ต

เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีผลการรับรู้คุณภาพโดยตรงกับการใช้เครือข่ายดีแทค ไตรเน็ต โดยจะทำการศึกษาในเขตตำบลสุรนารี ตำบลปรุใหญ่ และตำบลบ้านใหม่ จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนประชากรรวม 44,062 คน (Wikipedia, ออนไลน์, 2561)

### 3.2.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายทราบจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทค ไตรเน็ต ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นกลุ่ม (Cluster Random Sampling) การกำหนดขนาดตัวอย่าง ได้จากการคำนวณด้วยสูตรของ Taro Yamane (1973) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย

n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความผิดพลาดจากจำนวนตัวอย่าง (ในที่นี้ใช้การทดสอบความเชื่อมั่นร้อยละ 95 คือกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05)

ตาราง 3.1 จำนวนประชากรในพื้นที่ทำการศึกษา

ตำบล	จำนวนประชากร (คน)
ตำบลสุรนารี	16,663
ตำบลบ้านใหม่	17,873
ตำบลปรุใหญ่	9,526
รวม	44,062

เมื่อนำตัวเลขไปแทนค่าในสูตร

$$n = \frac{44,062}{1 + 44,062(0.05)^2}$$

n = 396 ตัวอย่าง

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 396 คน โดยในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้นได้ให้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 ที่ระดับความ



เชื่อมั่นร้อยละ 95 ในที่นี้ผู้วิจัยได้ปรับขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน แบ่งกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรในแต่ละตำบลดังนี้

ตาราง 3.2 จำนวนสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง

ตำบล	สัดส่วนร้อยละ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
ตำบลสุรนารี	38	152
ตำบลบ้านใหม่	40	160
ตำบลปรุใหญ่	22	88
รวม	100	400

### 3.2.3 สถานที่เก็บข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดสถานที่ทำการวิจัยเป็นพื้นที่ในเขตตำบลสุรนารี ตำบลปรุใหญ่ และตำบลบ้านใหม่ จังหวัดนครราชสีมา ระยะเวลาการเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 – มิถุนายน 2561

### 3.3 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close ended question) แบบเลือกคำตอบ (Checklist) วัดตัวแปรแบบมาตรานาม (Nominal Scale)

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการใช้งานเครือข่ายดีแทค ได้แก่ (1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (3) การตอบสนองต่อลูกค้า (4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ (5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า

แบบสอบถามในส่วนที่ 2 มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close ended question) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) วัดตัวแปรแบบอันตรภาค (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตาม ลอเคิร์ต สเกล ซึ่งแสดงถึงระดับการรับรู้ในแต่ละคำถามมี 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง การรับรู้ในระดับมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง การรับรู้ในระดับมาก

คะแนน 3 หมายถึง การรับรู้ในระดับปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง การรับรู้ในระดับน้อย

คะแนน 1 หมายถึง การรับรู้ในระดับน้อยที่สุด

สำหรับการกำหนดเกณฑ์ในการวัดระดับการรับรู้ นั้น ใช้วิธีการนำคะแนนสูงสุดลบคะแนนต่ำสุด และหารด้วยจำนวนชั้น ตามหลักสถิติการวัดการกระจายข้อมูล เพื่อให้ได้ความกว้างของอันตรภาคชั้น โดยมีสูตรคำนวณดังนี้ พิมพา หิริญกิตติ (2552, น.49) อ้างใน เกี้ยวลี ศรีจันทร์ (2557, น.36)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างของข้อมูลในแต่ละชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การกำหนดเกณฑ์ดังกล่าว ได้ความกว้างของชั้น เท่ากับ 0.8 สามารถนำมากำหนดเกณฑ์โดยละเอียดมากยิ่งขึ้นในการอธิบายความหมายของระดับการรับรู้ ของกลุ่มตัวอย่าง ตามช่วงคะแนนดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง มีการรับรู้ในระดับมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง มีการรับรู้ในระดับมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง มีการรับรู้ในระดับปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง มีการรับรู้ในระดับน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง มีการรับรู้ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นลักษณะแบบสอบถามที่เป็นแบบเปิด (Open ended question) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นที่เป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องวิจัยอย่างเป็นอิสระ

### 3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย และแนวคิดเกี่ยวกับงานวิจัยเรื่องคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต
2. กำหนดกรอบและขอบเขตของแบบสอบถาม โดยให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมุติฐานของงานวิจัย โดยเรียงลำดับตามลักษณะของคำถามและแยกเป็นหมวดหมู่ตามแนวคิดของงานวิจัย
3. สุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มประชาชน เพื่อให้ได้คำตอบในการนำมาเป็นแนวทางในการตั้งคำถามการปรับปรุงคำถามในแบบสอบถามให้ถูกต้อง
4. สร้างแบบสอบถามตามกรอบและขอบเขตที่ได้ตั้งไว้ โดยมีแนวทางการตั้งคำถามตามที่ได้สรุปจากข้อที่ 3



5. นำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัย ซึ่งมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ 1)รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี 2)รองศาสตราจารย์ ดร.พรศิริ จงกล อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และ 3)คุณปรีชา แก้วพรหม ผู้จัดการ โครงการก่อสร้างสถานีรับส่งสัญญาณ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัทดีแทคโทรเน็ต จำกัด เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและข้อความในแต่ละข้อให้เป็นไปตามจุดประสงค์ของงานวิจัย โดยการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (Index of item objective congruence : IOC) ซึ่งปกติแล้วจะให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป

ซึ่งในการตรวจสอบมีการให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อความ ดังนี้ (สุรพงษ์ คงศักดิ์ และ ชีรชาติ ธรรมวงศ์, 2551)

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ในการพิจารณาค่าความเที่ยงตรง มีหลักการดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้
  2. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้
6. สร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้จริงในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย

### 3.5 ผลการหาประสิทธิภาพเครื่องมือ

แบบสอบถามที่นำมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาเรื่องคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคโทรเน็ต ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วย 5 ปัจจัย โดยได้นำมาทดสอบความเชื่อมั่น (Validity) โดยการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC) พบว่าอยู่ในช่วง 0.67 – 1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์อยู่ในช่วงตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

### 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data Source) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data sources) ดังต่อไปนี้

**3.6.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ** เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต นอกจากนี้ยังเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานการประชุม สัมมนา วิชาการ บทความออนไลน์ รายงานวิจัย และบทความวิชาการ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการค้นคว้าจากเครือข่ายคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ต

**3.6.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ** เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการใช้เครื่องมือแบบสอบถามจากพื้นที่เป้าหมาย รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย ดีแทค ไตรเน็ต ในเขต ตำบลสุรนารี ตำบลปรุใหญ่ และตำบลบ้านใหม่อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ค่าเฉลี่ย (Mean :  $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต วิเคราะห์ด้วยวิธีการ Content Analysis

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด จากข้อมูลที่รวบรวมได้ นำมาวิเคราะห์ผลข้อมูล สรุปผลได้ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านการรับรู้คุณภาพการบริการของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะด้านคุณภาพการบริการของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ดังตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ความถี่ (ร้อยละ)
<b>เพศ</b>		
ชาย	197	49.25
หญิง	203	50.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	49	12.25
21-25 ปี	97	24.25
26-30 ปี	68	17.00
31-40 ปี	99	24.75
41-45 ปี	45	11.25
อายุ 45 ปีขึ้นไป	42	10.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ความถี่ (ร้อยละ)
<b>สถานภาพสมรส</b>		
โสด	244	61.00
สมรส	146	36.50
หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่	10	2.50
อื่น ๆ		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	94	23.50
ปริญญาตรี	259	64.75
สูงกว่าปริญญาตรี	47	11.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน / นักศึกษา	133	33.25
รับจ้างทั่วไป	46	11.50
ธุรกิจส่วนตัว	68	17.00
พนักงานบริษัทเอกชน	65	16.25
รับราชการ รัฐวิสาหกิจ	56	14.00
อื่น ๆ	32	8.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	191	47.75
15,001 – 30,000 บาท	138	34.50
30,001 – 45,000 บาท	42	10.50
45,001 – 60,000 บาท	16	4.00
60,001 – 75,000 บาท	5	1.25
ตั้งแต่ 75,001 บาท ขึ้นไป	8	2.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ความถี่ (ร้อยละ)
<b>ค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่</b>		
<b>ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 300 บาท	62	15.50
300 – 499 บาท	175	43.75
500 – 999 บาท	142	35.50
ตั้งแต่ 1,000 บาท ขึ้นไป	21	5.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สรุปได้ดังนี้

#### เพศ

พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 และเป็นเพศชาย จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25

#### อายุ

พบว่าส่วนใหญ่อายุ 31–40 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 รองลงมาคืออายุ 21–25 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.25 อายุ 26–30 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 อายุ 41–45 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และอายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ตามลำดับ

#### สถานภาพสมรส

พบว่าส่วนใหญ่สถานภาพโสด จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และสถานภาพหม้าย / หย่า / แยกกันอยู่ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

#### ระดับการศึกษาสูงสุด

พบว่าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.75 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และมีระดับการศึกษาสูงสุดสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 ตามลำดับ

### อาชีพ

พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมา มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 อาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 อาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

### รายได้ต่อเดือน

พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.75 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รายได้ต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 รายได้ต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 รายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 75,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และรายได้ต่อเดือน 60,001 – 75,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

### ค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน

พบว่าส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน 300 – 499 บาท จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน 500 – 999 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนต่ำกว่า 300 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนตั้งแต่ 1,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

## 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้คุณภาพการบริการของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ดังตารางที่ 4.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณในภาพรวมของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย	ลำดับ ที่
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.64	0.65	มาก	3
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	3.62	0.70	มาก	4
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	3.69	0.73	มาก	1
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	3.60	0.71	มาก	5
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	3.65	0.76	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>3.64</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>	

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาข้อมูลการรับรู้คุณภาพการบริการของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด โดยภาพรวมพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ ) เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพมากไปหาน้อย พบว่าด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ ) รองลงมาเป็นด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ ) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ ) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.62$ ) และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย	ลำดับ ที่
1. การมีสถานที่ให้บริการกระจายอยู่ทั่วไป	3.54	0.78	มาก	6
2. การมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ	3.61	0.78	มาก	4
3. การมีอุปกรณ์และเครื่องมือรองรับการบริการอย่างสะดวกทั่วถึง	3.57	0.81	มาก	5

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย	ลำดับ ที่
4. การมีเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารที่ สะดวก และเข้าใจง่าย	3.67	0.82	มาก	3
5. การมีสัญลักษณ์ที่ชัดเจน	3.74	0.87	มาก	1
6. การมีสภาพแวดล้อมในการให้บริการที่ดี	3.70	0.87	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>3.64</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>	

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาข้อมูลระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด โดยภาพรวมพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ ) เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงลำดับการรับรู้จากมากไปหาน้อย การมีสัญลักษณ์ที่ชัดเจนอยู่ในอันดับสูงที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.74$ ) รองลงมาการมีสภาพแวดล้อมในการให้บริการที่ดี อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ ) การมีเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก และเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ ) การมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) การมีอุปกรณ์และเครื่องมือรองรับการบริการอย่างสะดวกทั่วถึง อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ) และการมีสถานที่ให้บริการกระจายอยู่ทั่วไป อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย	ลำดับ ที่
1. ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับ สัญญาณที่ให้ไว้	3.54	0.84	มาก	4
2. การบริการทุกครั้งมีความถูกต้อง	3.65	0.81	มาก	2
3. การบริการทุกครั้งมีความเหมาะสม	3.67	0.80	มาก	1



ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย	ลำดับ ที่
4. มีการบริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ	3.64	0.86	มาก	3
<b>รวม</b>	<b>3.62</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>	

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาข้อมูลระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด โดยภาพรวมพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.62$ ) เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงลำดับการรับรู้จากมากไปหาน้อย การบริการทุกครั้งมีความเหมาะสม อยู่ในอันดับสูงที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ ) รองลงมา การบริการทุกครั้งมีความถูกต้อง อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ ) มีการบริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ ) และ ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาณที่ให้ไว้ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย	ลำดับ ที่
1. พนักงานมีความพร้อมและความเต็มใจให้บริการ	3.80	0.87	มาก	1
2. สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที	3.68	0.89	มาก	4
3. ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย	3.68	0.83	มาก	3
4. ผู้รับบริการได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ	3.71	0.85	มาก	2
5. กระบวนการให้บริการอย่างทั่วถึง และรวดเร็ว	3.58	0.91	มาก	5
<b>รวม</b>	<b>3.69</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>	

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาข้อมูลระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด โดยภาพรวมพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ ) เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงลำดับการรับรู้จากมากไปหาน้อย พนักงานมีความพร้อมและความเต็มใจให้บริการ อยู่ในอันดับสูงที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80$ ) รองลงมาผู้รับบริการได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ ) ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.68$ ) สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.68$ ) และกระจายการให้บริการอย่างทั่วถึง และรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.58$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย	ลำดับ ที่
1. ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่น ให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ	3.57	0.78	มาก	5
2. ผู้ให้บริการแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	3.60	0.77	มาก	3
3. การตอบสนองผู้รับบริการด้วยคุณภาพ	3.61	0.83	มาก	2
4. การตอบสนองความต้องการผู้รับบริการ ด้วยความสุภาพ	3.70	0.86	มาก	1
5. การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ	3.54	0.91	มาก	6
6. ให้ความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดี ที่สุด	3.59	0.93	มาก	4
<b>รวม</b>	<b>3.60</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>	

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาข้อมูลระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด โดยภาพรวมพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ ) เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงลำดับการรับรู้จากมากไป

หาน้อย การตอบสนองความต้องการผู้รับบริการด้วยความสุภาพ อยู่ในอันดับสูงสุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ ) รองลงมาการตอบสนองผู้รับบริการด้วยคุณภาพ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) ผู้ให้บริการแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ ) ให้ความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ ) ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ) และการติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย	ลำดับ ที่
1. ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ	3.68	0.86	มาก	3
2. สามารถตอบสนองตามความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละคน	3.69	0.85	มาก	2
3. มีโปรโมชั่นให้เลือกใช้ได้ตรงตามความต้องการ	3.70	0.91	มาก	1
4. ความสะดวกในการทำธุรกรรมต่างๆ	3.63	0.89	มาก	4
5. การบริการหลังการขาย	3.54	0.98	มาก	5
รวม	3.65	0.76	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาข้อมูลระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด โดยภาพรวมพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ ) เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงลำดับการรับรู้จากมากไปหาน้อย พบว่า มีโปรโมชั่นให้เลือกใช้ได้ตรงตามความต้องการ อยู่ในอันดับสูงสุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ ) รองลงมาสามารถตอบสนองตามความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละคน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ ) ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.68$ ) ความ

สะดวกในการทำธุรกรรมต่างๆ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ ) และการบริการหลังการขาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ ) ตามลำดับ

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะในการใช้บริการเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด

งานวิจัยเรื่อง คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด นั้นกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยสรุปได้ดังตารางที่ 4.8 ดังนี้

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง

ประเด็นข้อเสนอแนะ	จำนวน ( ความถี่ )	ร้อยละ
1. ควรให้มีการเพิ่มช่องทางติดต่อและช่องทางการแจ้งค่าบริการให้มากขึ้น	7	12.97
2. ควรพัฒนาเครือข่ายสัญญาณให้ครอบคลุมมากขึ้น	33	61.11
3. รักษาระดับบริการที่ดีเช่นปัจจุบัน	8	14.81
4. ควรให้พนักงานแต่ละจุดบริการ แสดง กริยามารยาท ในการบริการกับลูกค้าให้ดีกว่านี้	2	3.7
5. ควรให้มีโปรโมชั่นหลากหลาย สำหรับลูกค้าเก่า ควรมีโปร โมชันดีกว่านี้	4	7.41
<b>รวม</b>	<b>54</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.8 พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะด้านอื่นๆเพิ่มเติมได้แก่ ควรพัฒนาเครือข่ายสัญญาณให้ครอบคลุมมากขึ้น ร้อยละ 61.11 รองลงมา รักษาระดับบริการที่ดีเช่นปัจจุบัน ร้อยละ 14.81 ควรให้มีการเพิ่มช่องทางติดต่อและช่องทางการแจ้งค่าบริการให้มากขึ้น ร้อยละ 12.97 ควรให้มีโปรโมชั่นหลากหลาย สำหรับลูกค้าเก่า ควรมีโปร โมชันดีกว่านี้ ร้อยละ 7.41 และควรให้พนักงานแต่ละจุดบริการ แสดง กริยามารยาท ในการบริการกับลูกค้าให้ดีกว่านี้ ร้อยละ 3.70 ตามลำดับ

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่องคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเนต จำกัด มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ 1.) เพื่อวิเคราะห์ระดับการรับรู้คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเนต จำกัด และ 2.) เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณบริษัท ดีแทค ไตรเนต จำกัด งานวิจัยนี้เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา ได้เน้นเฉพาะผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทค ไตรเนต เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีผลการรับรู้คุณภาพโดยตรงกับการใช้เครือข่ายดีแทค ไตรเนต โดยทำการศึกษาในเขตตำบลสุรนารี ตำบลปรุใหญ่ และตำบลบ้านใหม่ จังหวัดนครราชสีมา ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการเก็บแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ค่าเฉลี่ย (Mean :  $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และวิเคราะห์ข้อเสนอแนะอื่นๆด้วยวิธีการ Content Analysis

การศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 มีอายุ 31-40 ปี จำนวนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 24.75 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 61.00 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.75 มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 33.25 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ร้อยละ 47.75 มีค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน 300 - 499 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.75 ผลการศึกษาสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 การวิจัยการรับรู้คุณภาพการบริการเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเนต จำกัด โดยภาพรวมพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีสูงสุด 3.69 รองลงมาเป็นด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ตามลำดับ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 3.64 การมีสัญลักษณ์ที่ชัดเจนอยู่ในอันดับสูงสุดเท่ากับ 3.74 รองลงมา คือ สภาพแวดล้อมในการให้บริการที่ดี การมีเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก และเข้าใจง่าย การมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ การมีอุปกรณ์และเครื่องมือรองรับการบริการอย่างสะดวกทั่วถึง และการมีสถานที่ให้บริการกระจายอยู่ทั่วไป ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70, 3.67, 3.61, 3.57 และ 3.54 ตามลำดับ

ด้านการรับรู้ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ของเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 3.62 และเมื่อพิจารณาตามปัจจัยย่อยพบว่า การบริการทุกครั้งมีความเหมาะสม อยู่ในอันดับสูงสุด 3.67 รองลงมา คือ การบริการทุกครั้งมีความถูกต้อง มีการบริการที่ได้อย่างสม่ำเสมอ และความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้ ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65, 3.64 และ 3.54 ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ของเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 3.69 เมื่อพิจารณาตามปัจจัยย่อยพบว่า พนักงานมีความพร้อมและความเต็มใจให้บริการ อยู่ในอันดับสูงสุด 3.80 รองลงมา คือ ผู้รับบริการได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และกระจายการให้บริการอย่างทั่วถึงรวดเร็ว ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71, 3.68, 3.68 และ 3.58 ตามลำดับ

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ของเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 3.60 เมื่อพิจารณาตามปัจจัยย่อยพบว่า การตอบสนองความต้องการผู้รับบริการด้วยความสุภาพ อยู่ในอันดับสูงสุด 3.70 รองลงมา คือ การตอบสนองผู้รับบริการด้วยคุณภาพ ผู้ให้บริการแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ ให้ความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ และการติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61, 3.60, 3.59, 3.57 และ 3.54 ตามลำดับ

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ของเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทคไทรเน็ต จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 3.65 เมื่อพิจารณาตามปัจจัยย่อยพบว่า มีโปรโมชันให้เลือกใช้ได้ตรงตามความต้องการ อยู่ในอันดับสูงสุด 3.70 รองลงมา คือ สามารถตอบสนองตามความต้องการที่แตกต่างของแต่ละคน ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ความสะดวกในการทำธุรกรรมต่างๆ และการบริการหลังการขาย ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69, 3.68, 3.63 และ 3.54 ตามลำดับ



5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้คุณภาพการบริการของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด โดยภาพรวมพบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณภาพทุกด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการต่อผู้ประกอบการบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด สรุปได้ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการนั้น เพื่อเพิ่มระดับการรับรู้คุณภาพบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ควรเน้นการกระจายสถานที่ให้บริการให้ครอบคลุม และ ควรเน้นการมีอุปกรณ์และเครื่องมือรองรับการบริการอย่างสะดวกทั่วถึง

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้นั้น เพื่อเพิ่มระดับการรับรู้คุณภาพบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ควรเน้นการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้ และการบริการที่ได้อย่างสม่ำเสมอ

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เพื่อเพิ่มระดับการรับรู้คุณภาพบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ควรเน้นกระจายการให้บริการอย่างทั่วถึง และรวดเร็ว

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า เพื่อเพิ่มระดับการรับรู้คุณภาพบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ควรเน้นการติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ และ การให้ความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า เพื่อเพิ่มระดับการรับรู้คุณภาพบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ควรเน้นการบริการหลังการขายให้ดีขึ้น และเพิ่มความสะดวกในการทำธุรกรรมต่างๆ

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด มีข้อเสนอแนะที่สำคัญ สามารถสรุปได้ดังนี้

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการศึกษาคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ได้ผลข้อมูลระดับการรับรู้คุณภาพน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับ ซึ่งพิจารณาตามรายด้าน ได้ดังนี้

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ตามรายปัจจัยพบว่า การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด รองลงมาเป็นความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ให้ความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด ผู้ให้บริการแสดงถึงทักษะความรู้



ความสามารถในการให้บริการ การตอบสนองผู้รับบริการด้วยคุณภาพ การตอบสนองความต้องการผู้รับบริการด้วยความสุภาพ ตามลำดับ ควรพัฒนาในทุกๆปัจจัยเช่น ให้มีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าให้มีช่องทางที่ง่าย สะดวก รวดเร็วขึ้น การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ให้บริการให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้บริษัท ดีแทค ไตรเนต จำกัด ควรให้พนักงานแต่ละจุดบริการ แสดง กริยามารยาท ในการบริการกับลูกค้าให้ดีกว่านี้

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ตามรายปัจจัยพบว่า ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้ มีการบริการที่ได้อย่างสม่ำเสมอ การบริการทุกครั้งมีความถูกต้อง การบริการทุกครั้งมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยน้อยตามลำดับ ควรพัฒนาในทุกๆปัจจัยเช่น การบริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้ตามข้อตกลง การพัฒนาการบริการทุกครั้งให้มีความถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้บริษัท ดีแทค ไตรเนต จำกัด ควรพัฒนาเครือข่ายสัญญาให้ครอบคลุมมากขึ้น

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามรายปัจจัยพบว่า การมีสถานที่ให้บริการกระจายอยู่ทั่วไป การมีอุปกรณ์และเครื่องมือรองรับการบริการอย่างสะดวกทั่วถึง การมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ การมีเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก และเข้าใจง่าย การมีสภาพแวดล้อมในการให้บริการที่ดี การมีสัญลักษณ์ที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยน้อยตามลำดับ ควรพัฒนาในทุกๆปัจจัย เช่น การมีสถานบริการพร้อมมีเครื่องมืออุปกรณ์ สภาพแวดล้อมที่ดี ให้กระจายเพียงพอทุกพื้นที่ นอกจากนี้บริษัท ดีแทค ไตรเนต จำกัด ควรให้มีการเพิ่มช่องทางติดต่อรวมถึงช่องทางการแจ้งค่าบริการให้มากขึ้น และควรให้มีโป้โมชั่นหลากหลาย โดยเฉพาะสำหรับลูกค้าเก่าควรมีโป้โมชั่นดีกว่านี้

### 5.2.2 ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย

- (1) การวิจัยเรื่องคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเนต จำกัด ได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการใช้วิเคราะห์ ดังนั้นการทำวิจัยต่อยอดควรนำทฤษฎีอื่นๆ มาทำการศึกษา เช่น ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด หรือ ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า หรือ ศึกษาเรื่องความพึงพอใจ
- (2) ควรศึกษาพื้นที่อื่นๆให้ครอบคลุมทั้งจังหวัด ควรใช้แนวคิดนี้ไปศึกษาทั้งประเทศเพื่อทำให้มองเห็นภาพรวมได้มากขึ้น และสามารถนำผลวิจัยไปพัฒนาและแก้ไขปัญหา คุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- กรกรต มธรรพจน์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทค ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เก็จวลี ศรีจันทร์. (2557). คุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ ทูชอัป ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดีจี แอลทีอี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ตรีนุช จำปาทอง. (2553). ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการก่อนและหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก คลินิกพิเศษนอกเวลาราชการ โรงพยาบาลศิริราช กรณีศึกษาโรงพยาบาลศิริราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นรรัตน์ อ่อนศรี. (2554). คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่แจ้งวัฒนะ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปฐมาพร โตสง่า. (2553). ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สื่ออิเล็กทรอนิกส์ Wikipedia. (2561). จำนวนประชากร. [ออนไลน์] ได้จาก: <https://th.wikipedia.org/wiki>. สืบค้นวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2561.
- สุภาวดี พรหมเกาะ. (2557). ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการ Dtac TriNet ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศันสนีย์ ไสชรพิทักษ์กุล และ ไกรจิต สุตะเมื่อง. (2556). ความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ “ดีแทค” ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Parauraman, A, Zeithaml, V.A, and Berry, L. L. (1985). **A concept model of service quality and its implication for research.** Journal of Marketing. 49, 44.
- Parauraman, A, Zeithaml, V.A, and Berry, L. L. (1988). **SERVQUAL : A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perception of service Quality.** Journal of Retailing 64 (1), 12-40.

Yamane, Taro. ( 1988) . **Statics and Introductory Analysis**. New York: Harper and Row  
Publication.





**การหาค่าความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (IOC)**  
**เรื่อง คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด**

ปัจจัยการประเมินคุณภาพการให้บริการ	ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์		
	สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่ สอดคล้อง -1
<b>ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ</b>			
1. การมีสถานที่ให้บริการกระจายอยู่ทั่วไป			
2. การมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ			
3. การมีอุปกรณ์และเครื่องมือรองรับการบริการอย่าง สะดวกทั่วถึง			
4. การมีเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก และ เข้าใจง่าย			
5. การมีสัญลักษณ์ที่ชัดเจน			
6. การมีสภาพแวดล้อมในการให้บริการที่ดี			
<b>ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้</b>			
1. ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้			
2. การบริการทุกครั้งมีความถูกต้อง			
3. การบริการทุกครั้งมีความเหมาะสม			
4. มีการบริการที่ได้อย่างสม่ำเสมอ			
<b>ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า</b>			
1. พนักงานมีความพร้อมและความเต็มใจให้บริการ			
2. สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ อย่างทันทั่วถึง			
3. ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย			
4. ผู้รับบริการได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ			
5. กระจายการให้บริการอย่างทั่วถึง และรวดเร็ว			

ปัจจัยการประเมินคุณภาพการให้บริการ	ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์		
	สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่ สอดคล้อง -1
<b>ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า</b>			
1. ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับ ผู้รับบริการ			
2. ผู้ให้บริการแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการ ให้บริการ			
3. การตอบสนองผู้รับบริการด้วยคุณภาพ			
4. การตอบสนองความต้องการผู้รับบริการด้วยความสุภาพ			
5. การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ			
6. ให้ความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด			
<b>ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า</b>			
1. ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ			
2. สามารถตอบสนองตามความต้องการที่แตกต่างของแต่ละ คน			
3. มีโปรโมชั่นให้เลือกใช้ได้ตรงตามความต้องการ			
4. ความสะดวกในการทำธุรกรรมต่างๆ			
5. การบริการหลังการขาย			

ลายมือชื่อ.....

( \_\_\_\_\_ )

ผู้ทรงคุณวุฒิ



**แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง คุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด**

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำวิทยานิพนธ์ ในหลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาคุณภาพเครือข่ายการส่งสัญญาณของบริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด

ผู้วิจัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม ตามความคิดเห็นของท่านอย่างเป็นอิสระและเป็นจริงที่สุด และข้อมูลดังกล่าวจะถูกเก็บเป็นความลับทุกประการ โดยจะมีการวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัยในเชิงวิชาการเท่านั้น

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้คุณภาพในการใช้งานเครือข่ายดีแทค

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี และขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยมา ณ โอกาสนี้

นายประจักษ์ เจริญญาติ

นักศึกษาหลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี



### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

#### 1. เพศ

ชาย

หญิง

#### 2. อายุ

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

21-25 ปี

26-30 ปี

31-40 ปี

41-45 ปี

อายุ 45 ปีขึ้นไป

#### 3. สถานภาพสมรส

โสด

สมรส

หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่

อื่น ๆ ระบุ.....

#### 4. ระดับการศึกษาสูงสุด

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

#### 5. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา

รับจ้างทั่วไป

ธุรกิจส่วนตัว

พนักงานบริษัทเอกชน

รับราชการ รัฐวิสาหกิจ

อื่น ๆ ระบุ.....

#### 6. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

15,001 – 30,000 บาท

30,001 – 45,000 บาท

45,001 – 60,000 บาท

60,001 – 75,000 บาท

ตั้งแต่ 75,001 บาท ขึ้นไป

#### 7. ค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน

ต่ำกว่า 300 บาท

300 – 499 บาท

500 – 999 บาท

ตั้งแต่ 1,000 บาท ขึ้นไป

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้คุณภาพในการใช้งานเครือข่ายดีแทค

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  ตามความเป็นจริง

ปัจจัยการประเมินคุณภาพการให้บริการ	ระดับการรับรู้คุณภาพการใช้บริการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ</b>					
1. การมีสถานที่ให้บริการกระจายอยู่ทั่วไป					
2. การมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ					
3. การมีอุปกรณ์และเครื่องมือรองรับการบริการอย่างสะดวกทั่วถึง					
4. การมีเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก และเข้าใจง่าย					
5. การมีสัญลักษณ์ที่ชัดเจน					
6. การมีสภาพแวดล้อมในการให้บริการที่ดี					
<b>ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้</b>					
1. ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้					
2. การบริการทุกครั้งมีความถูกต้อง					
3. การบริการทุกครั้งมีความเหมาะสม					
4. มีการบริการที่ได้อย่างสม่ำเสมอ					
<b>ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า</b>					
1. พนักงานมีความพร้อมและความเต็มใจให้บริการ					
2. สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที					
3. ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย					
4. ผู้รับบริการได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ					
5. กระจายการให้บริการอย่างทั่วถึง และรวดเร็ว					

ปัจจัยการประเมินคุณภาพการให้บริการ	ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า</b>					
1. ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับ ผู้รับบริการ					
2. ผู้ให้บริการแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการ ให้บริการ					
3. การตอบสนองผู้รับบริการด้วยคุณภาพ					
4. การตอบสนองความต้องการผู้รับบริการด้วยความสุภาพ					
5. การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ					
6. ให้ความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด					
<b>ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า</b>					
1. ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ					
2. สามารถตอบสนองตามความต้องการที่แตกต่างของแต่ละ คน					
3. มีโปรโมชั่นให้เลือกใช้ได้ตรงตามความต้องการ					
4. ความสะดวกในการทำธุรกรรมต่างๆ					
5. การบริการหลังการขาย					



## ประวัติผู้เขียน

นายประจักษ์ เจริญญาติ เกิดวันที่ 3 กรกฎาคม 2521 ที่อยู่ 599/39 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ประดิการศึกษาศ. 2545 สำเร็จการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ป.ว.ส.) สาขาวิชาช่างโยธา วิทยาลัยเทคนิคคูสิต พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาอุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีโยธา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พ.ศ. 2559 ศึกษาต่อปริญญาโทบริหารงานก่อสร้างและสาธารณสุข ปโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ประดิการทำงาน พ.ศ. 2549 ตำแหน่งวิศวกรโยธา บริษัทผลิตภัณฑ์คอนกรีตชลบุรี จำกัด มหาชน พ.ศ. 2552 ตำแหน่งวิศวกรโยธา บริษัทวิศวกรก่อสร้าง จำกัด พ.ศ. 2553 ถึง ปัจจุบัน ตำแหน่งหัวหน้าส่วน งานก่อสร้างสถานีรับส่งสัญญาณโทรศัพท์ดีแทคภาคอีสาน บริษัท บีบีเทคโนโลยี จำกัด

