

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH)
ในกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
นายประเวศ ศุภเจริญผล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มกราคม 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

658.8343

'ป 384ก

53

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH)
ในกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

ของ

นายประเวศ คุ้มเจริญผล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

มกราคม 2548

h 264394

28 เม.ย. 2548

นายประเวศ ศุภเจริญผล. (2548). การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ในกรุงเทพมหานคร
สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ

ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความแตกต่างของความคาดหวังจากการบริการกับผลการบริการที่รับรู้ได้ และศึกษาความสัมพันธ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทซันด์ วันเอ็กซ์) โดยพิจารณาในด้าน กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพการบริการ และ พนักงาน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ใช้บริการ Hutch ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 405 คน โดยเลือกตัวอย่างแบบโควต้า จากนั้นแจกแบบสอบถามแบบสะดวก ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ ANOVA LSD และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่ามีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ มากที่สุด รองลงมาคือด้านกระบวนการ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านพนักงาน

การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะด้านประชากรศาสตร์กับความคาดหวัง และ การรับรู้ในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทซันด์ วันเอ็กซ์ พบว่ามีการรับรู้ด้านลักษณะทางกายภาพการบริการแตกต่างกันตามกลุ่มอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

นอกจากนี้ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทซันด์ วันเอ็กซ์ ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**THE EVALUATION OF SATISFACTION TOWARD CDMA 2000-1X (HUTCH) OF
CUSTOMER IN BANGKOK METROPOLIS**

**AN ABSTRACT
BY
MR. PRAVES SUPPACHAROENPOL**

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Management
at Srinakharinwirot University
January 2005**

Praves Suppacharoenpol. (2005). *THE EVALUATION OF SATISFACTION TOWARD CDMA 2000-1X (HUTCH) OF CUSTOMER IN BANGKOK METROPOLIS*

Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School

Srinakharinwirot University. Project Advisor : Dr. Panid Kulsiri

The purpose of this is to study the difference between expectation and perception and its relationship with the satisfaction of consumer toward the using of Hutch service in terms of process, physical evidence and people.

The sample is consisted of 406 customers in Bangkok of Hutch who are selected by the method of quota sampling. The data were collected by means of questionnaires. Descriptive statistics are presented in terms of frequency, percentage, mean score and standard deviation. The hypotheses of the relationship between variables were tested by using the methods of ANOVA, LSD and Simple Regression.

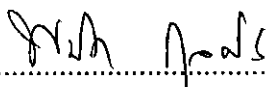
The finding reveals that most of the respondents have a medium level of overall satisfaction. The tests of each aspect of the satisfaction reveal physical evidence is satisfied at the highest level followed by process and people, respectively

Results of hypothesis testing at the significant level of 0.05 about the relationships between demographic variables and the expectation and perception in using CDMA show that respondents age has relationship with perception toward physical evidence of service.

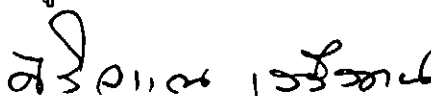
In addition the difference of perception and expectation in general has positive relationship with satisfaction of using Hutch service.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

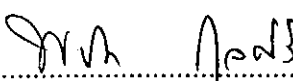
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์


.....
(ดร.พนิต กุลศิริ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร


.....
(รองศาสตราจารย์ ศิวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ


.....
(ดร.พนิต กุลศิริ)

ประธาน

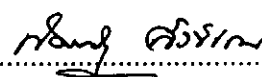

.....
(อาจารย์ ญญา ประดิษฐ์สุวรรณ)

กรรมการ


.....
(อาจารย์ สุวรรณี ดรีวัฒนวงศ์)

กรรมการ

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

วันที่ 18 เดือน มกราคม พ.ศ.2548

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ช่วยเหลือจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และประธานควบคุมสารนิพนธ์ คือ อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ ผู้ให้คำปรึกษาแนะนำด้วยดีตลอดมา โดยเริ่มตั้งแต่การสร้าง ความกระจำในเรื่องกรอบแนวคิดในการวิจัย การค้นหาทฤษฎีต่างๆ วิธีดำเนินการวิจัย และรวมถึงการเขียนผลการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล อภิปรายผล ซึ่งนอกจากนี้ ท่านยังได้กรุณาสละเวลาในการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อควบคุมสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้มี คุณภาพตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบคุณ อาจารย์สุวรรณี ตริวัฒน์วงศ์ และอ.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ กรรมการ ควบคุมสารนิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาในการให้คำแนะนำ ตรวจสอบความเที่ยงตรง และปรับปรุง แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ให้มีประสิทธิภาพตรงตามเนื้อหา ตามโครงสร้าง และตาม เกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทุกท่าน ที่ให้ความ ร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ประเวศ ศุภเจริญผล

สารบัญ

บทที่

หน้า

1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานในการวิจัย.....	9
 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	 11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	18
ประวัติความเป็นมา.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	 28
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	28
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	 39
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	54
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	69

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	71
สรุปผลการวิจัย.....	71
อภิปรายผลการวิจัย.....	77
ข้อเสนอแนะ.....	78
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	79
 บรรณานุกรม.....	 80
 ภาคผนวก.....	 84
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	85
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	92
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	94
 ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	 105

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล.....	42
2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวัง ด้านกระบวนการ.....	44
3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวัง ด้านลักษณะกายภาพด้านการบริการ	44
4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวัง ด้านพนักงาน.....	45
5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ โดยรวม.....	46
6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ ด้านกระบวนการ.....	46
7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ ด้านลักษณะกายภาพด้านการบริการ	47
8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ ด้านพนักงาน.....	48
9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ โดยรวม.....	48
10 เปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ ด้านกระบวนการ.....	49
11 เปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ ด้านลักษณะกายภาพด้านการบริการ	50
12 เปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ ด้านพนักงาน.....	50
13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจ ด้านกระบวนการ.....	51
14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจ ด้านลักษณะกายภาพด้านการบริการ	52
15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจ ด้านพนักงาน.....	52

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (E) และการรับรู้ (P) และ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ โดยรวม.....	53
17 เปรียบเทียบความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามอายุ	54
18 เปรียบเทียบความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามการศึกษา	55
19 เปรียบเทียบความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามกลุ่มอาชีพ.....	57
20 เปรียบเทียบความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามระดับรายได้.....	58
21 เปรียบเทียบการรับรู้ในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามอายุ	59
22 เปรียบเทียบการรับรู้ในการใช้บริการของ Hutch (LSD) จำแนกตามอายุ	60
23 เปรียบเทียบการรับรู้ในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามการศึกษา	61
24 เปรียบเทียบการรับรู้ในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามกลุ่มอาชีพ.....	62
25 เปรียบเทียบการรับรู้ในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามระดับรายได้.....	63
26 การทดสอบสมมติฐาน ด้านกระบวนการ.....	64
27 การทดสอบสมมติฐาน ด้านลักษณะกายภาพด้านการบริการ	65
28 การทดสอบสมมติฐาน ด้านพนักงาน.....	66
29 การทดสอบสมมติฐาน โดยรวม.....	67

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโทรศัพท์มือถือกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั่วโลกและโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้กลายเป็นอุปกรณ์สื่อสารที่เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของคนไทยมากขึ้นการใช้งานไม่ได้จำกัดเฉพาะ เรื่องการติดต่อสื่อสารด้วยเสียงเท่านั้นโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังให้ความสะดวกสบายและความบันเทิงที่สามารถรับและส่งภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหว เสียงและข้อความทางอินเทอร์เน็ตได้ในคราวเดียวกัน หรือที่เรียกว่า มัลติมีเดีย (Multimedia) ซึ่งแนวโน้มความต้องการของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการสื่อสารในรูปแบบของเสียงเพียงอย่างเดียว แต่เป็นความต้องการการสื่อสารในรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นปรากฏการณ์ของสังคมยุคข้อมูลข่าวสารดังกล่าวส่งผลให้ทุก ๆ คนต้องการข้อมูลและการติดต่อกันอยู่เสมอ จากข้อมูลผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยปัจจุบันพบว่า กลุ่มวัยรุ่นจะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้นโดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร อัตราส่วนของจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานครต่อจำนวนประชากร ณ สิ้นปี พ.ศ. 2546 คิดเป็นร้อยละ 42.4 (ที่มา: สรุปผลการสำรวจการมี การใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ พ.ศ. 2546 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร) ซึ่งเป็นระดับที่ค่อนข้างสูง ซึ่งอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย ยังคงมีแนวโน้มจะเติบโตต่อไปได้ เนื่องจากประเทศไทยยังเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคที่ยังคงมีอัตราผู้ใช้บริการที่ต่ำกว่าขนาดของประชากรอยู่มาก

การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาผนวกกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้เกิดบริการเสริมที่แปลกใหม่ และให้ความหลากหลายกับผู้ให้บริการ เทคโนโลยีในระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่การสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงและการสื่อสารข้อมูลแบบมัลติมีเดีย สามารถทำให้รับรู้สิ่งต่างๆ ได้ทันที ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี และยอมรับเทคโนโลยีใหม่ง่ายขึ้น เครื่องลูกข่ายมีความหลากหลายตามความต้องการที่แตกต่างกันไป การแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ทวีความรุนแรงขึ้นจากผู้ประกอบการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้ปัจจุบันเครื่องลูกข่ายมีราคาถูกลงมากและค่าใช้บริการ (Airtime) มีแนวโน้มต่ำลงด้วย ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย เป็นตลาดที่มีผู้ประกอบการในภาคเอกชน แข่งขันกันหลายราย ผู้ประกอบการแต่ละรายต่างใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย (Promotion) ในรูปแบบต่างๆ เพื่อแข่งขันกันแย่งลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่าให้ได้มากที่สุด กลยุทธ์ราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน นอกจากนี้ผู้ให้บริการยังต้องแข่งขันกันในด้านคุณภาพของเครือข่าย คุณภาพของการให้บริการ โดยผู้ให้บริการพยายามสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) จากการให้บริการต่างๆ เช่น ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Internet) ดูข้อมูลข่าวสาร ส่งข้อความขนาดสั้น (SMS) ส่งข้อความรูปแบบใหม่ที่หลากหลายมากขึ้น สามารถส่งได้ทั้งรูปภาพสี ตัวอักษร และเสียง (MMS)

เล่นเกมส์ ใช้ถ่ายรูป รับ-ส่งรูปภาพ ร้องเพลงคาราโอเกะ ฯลฯ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้ทำการวิจัยจึงตระหนักถึงความสนใจที่จะศึกษาถึง การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งปัจจุบันมีเพียง Hutch ซึ่งเป็นผู้ให้บริการรายแรกที่ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์) ดำเนินการโดย Hutchison CAT Wireless Multimedia Holdings Limited และการสื่อสารแห่งประเทศไทย (CAT) โดยเน้นการให้บริการระบบมัลติมีเดีย ด้วยการรับ-ส่งข้อมูลความเร็วสูงถึง 153 Kbps ผู้ทำการวิจัยจึงมีความต้องการที่จะประเมินความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเน้นปัจจัยทางด้านบริการที่ผู้ใช้คาดหวังและบริการที่ผู้ใช้รับรู้ได้ของกลุ่มผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะนำผลการศึกษาที่ได้มาปรับปรุงคุณภาพและบริการ รวมถึงการประยุกต์ใช้ในการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดและเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์) ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และการรับรู้บริการของผู้ที่ได้รับจากบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์) ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความแตกต่างของความคาดหวังจากการบริการ กับผลการบริการที่รับรู้ได้และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์) ในกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลต่อบจก.ฮัทชิสันโดยเฉพาะผู้บริหารสายงานต่าง ๆ โดยเฉพาะสายงานบริการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อทราบถึงความคาดหวังและผลการบริการที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์) ในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการในการปฏิบัติงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

2. ผลจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลต่อบจก.อัทชิสันโดยเฉพาะผู้บริหารสายงานต่างๆโดยเฉพาะสายงานบริการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทชาซันด์ วันเอ็กซ์) ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งวัดได้จากผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังจากการบริการ กับผลการบริการที่รับรู้ได้ เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาในการรักษาระดับคุณภาพในส่วนที่ผู้ใช้บริการมีความพอใจและพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการในส่วนที่ผู้ใช้บริการไม่ได้รับความพึงพอใจ

3. ผลจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลต่อบจก.อัทชิสันโดยเฉพาะผู้บริหารสายงานต่างๆโดยเฉพาะสายงานบริการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อใช้ผลของการวิจัยนำไปปรับปรุงและวางแผนในการบริหารคุณภาพการให้บริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทชาซันด์ วันเอ็กซ์)

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ในกรุงเทพมหานครมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทชาซันด์ วันเอ็กซ์) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบขนาดจำนวนประชากรที่แน่นอน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยทำการเลือกเฉพาะผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทชาซันด์ วันเอ็กซ์) ที่ร้านของ Hutch Shop ทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multi – Stage Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา กรอบแนวความคิดในการศึกษา (ชุดที่ 1)

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งออกได้ดังนี้

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ

1.2.1 ไม่เกิน 19 ปี

1.2.2 20-29 ปี

1.2.3 30-39 ปี

1.2.4 40-49 ปี

1.2.5 50 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา

1.3.1 ไม่เกินระดับมัธยมปลาย

1.3.2 ระดับปริญญาตรี

1.3.3 ระดับปริญญาโท

1.3.4 สูงกว่าระดับปริญญาโท

1.4 อาชีพ

1.4.1 นักเรียน / นักศึกษา

1.4.2 พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน

1.4.3 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

1.5 รายได้

1.5.1 ไม่เกิน 5,000 บาท

1.5.2 5,001 – 15,000 บาท

1.5.3 15,001 – 25,000 บาท

1.5.4 25,001 – 35,000 บาท

1.5.5 35,001 บาทขึ้นไป

2 ตัวแปรตาม แบ่งออกได้ดังนี้

2.1 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการจากการบริการในด้านต่างๆดังนี้

2.1.1 ความคาดหวังในกระบวนการ ให้บริการ (Process)

2.1.2 ความคาดหวังในลักษณะทางกายภาพของการบริการ
(Physical Evidence)

2.1.3 ความคาดหวังในพนักงาน (People)

2.2 การรับรู้จากการใช้บริการในด้านต่างๆดังนี้

2.2.1 การรับรู้จากการใช้บริการในกระบวนการให้บริการ
(Process)

2.2.2 การรับรู้จากการใช้บริการในลักษณะทางกายภาพของการ
บริการ (Physical Evidence)

2.2.3 การรับรู้จากการใช้บริการในพนักงาน (People)

ตัวแปรที่ศึกษา กรอบแนวความคิดในการศึกษา (ชุดที่ 2)

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งออกได้ดังนี้

1.1 ผลต่างคะแนนความคาดหวังและการรับรู้จากการใช้บริการในด้านต่างๆ ดังนี้

1.1.1 กระบวนการ ให้บริการ (Process)

1.1.2 ลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Physical Evidence)

1.1.3 พนักงาน (People)

2. ตัวแปรตาม แบ่งออกได้ดังนี้

2.1 ความพึงพอใจในด้าน

2.1.1 กระบวนการ ให้บริการ (Process)

2.1.2 ลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Physical Evidence)

2.1.3 พนักงาน (People)

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะในการวิจัย โดยมีขอบเขตและความเฉพาะ ดังนี้

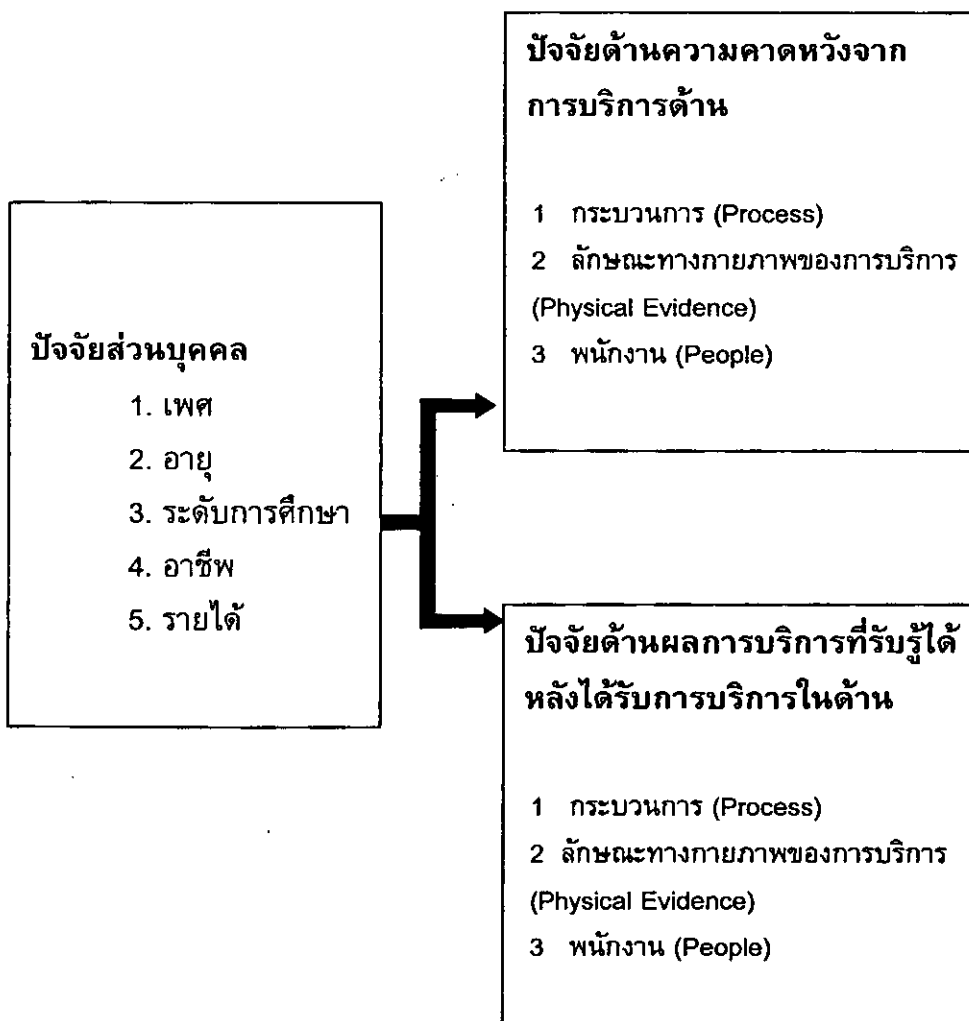
1. บัณฑิตส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และ ระดับการศึกษา
2. ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) หมายถึง ผู้ที่มีเครื่องโทรศัพท์ที่ได้รับบริการจาก Hutch จากระบบ CDMA 2000 -1X เป็นของตนเอง
3. ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) หมายถึง ผู้ที่ได้รับสัมปทานจากการสื่อสารแห่งประเทศไทย ในการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ความถี่ 800 MHz โดยบริษัท อัทชีสัน ซีเอที ไวร์เลส มัลติมีเดีย จำกัด เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) กับบริษัท อัทชีสัน ไวร์เลส มัลติมีเดีย โฮลดิ้ง จำกัด โดยเป็นผู้ให้บริการทางการตลาดสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ ดิจิตอล ซีดีเอ็มเอ ภายใต้แบรนด์ "Hutch"
4. ความคาดหวังจากการบริการ หมายถึง การคาดการณ์หรือการตั้งความหวังไว้ล่วงหน้าของผู้ใช้บริการก่อนที่จะเข้ามาใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ กระบวนการบริการ (Process), ลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Physical Evidence) และ พนักงาน (People)

5. ผลการเรียนรู้ได้หลังจากได้รับการบริการ หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของบริการที่ผู้รับบริการมีหลังจากเข้ามาใช้บริการแล้ว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ กระบวนการบริการ (Process), ลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Physical Evidence) และ พนักงาน (People)
6. กระบวนการบริการ (Process) หมายถึง การกระทำ หรือการปฏิบัติงานของระบบการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) โดยวัดจากกระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารและให้คำแนะนำอย่างเป็นระบบและเข้าใจง่าย, กระบวนการให้บริการซื้อขายมีระเบียบชัดเจน, กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายสะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง, และ กระบวนการให้บริการซ่อมแซมบำรุงรักษามีความเรียบร้อย ตรงเวลา
7. ลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่จับต้องได้ ปรากฏให้เห็น โดยวัดจาก ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลที่มีความทันสมัย สะดวกในการเดินทาง, พื้นที่ศูนย์บริการมีความสะอาด สบายตา และ การตกแต่งสถานที่ในศูนย์บริการมีความแปลกใหม่
8. พนักงาน (People) หมายถึง บุคคลทั้งหมดในองค์กรที่คอยให้บริการของ Hutch ตั้งแต่ระดับผู้บริหารจนถึงพนักงาน ซึ่งศึกษาจากองค์ประกอบต่างๆ โดยวัดจากความสามารถในการให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย, การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี, การมีกล่าวต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาในศูนย์บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม, การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี และการมีไมตรีจิตต่อลูกค้าเป็นอย่างดี
9. ผลต่างคะแนนความคาดหวังและการรับรู้จากการใช้บริการ หมายถึง การเปรียบเทียบคะแนนจากความคาดหวังจากบริการลบด้วยคะแนนการรับรู้จากบริการที่ได้รับ ความรู้สึกที่ดีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) อยู่ 3 ด้านคือ กระบวนการบริการ (Process), ลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Physical Evidence), พนักงาน (People)
10. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) อยู่ 3 ด้านคือ กระบวนการบริการ (Process), ลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Physical Evidence), พนักงาน (People)

**การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบCDMA 2000 -
1X (HUTCH) ในกรุงเทพมหานคร
กรอบแนวคิดในการศึกษา (ชุดที่ 1)**

ตัวแปรอิสระ
(Independent Variables)

ตัวแปรตาม
(Dependent Variables)



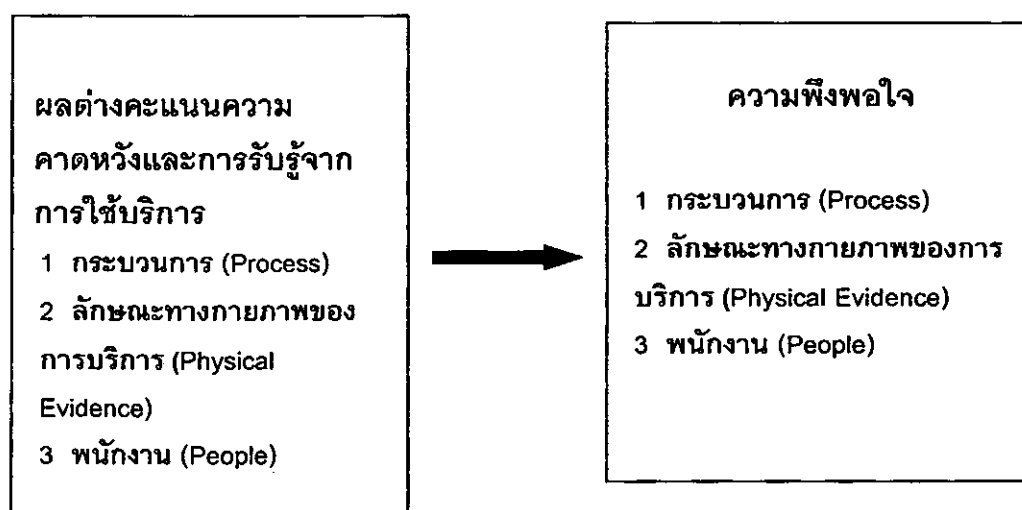
การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบCDMA 2000 :
1X (HUTCH) ในกรุงเทพมหานคร
กรอบแนวความคิดในการศึกษา(ชุดที่ 2)

ตัวแปรอิสระ

(Independent Variables)

ตัวแปรตาม

(Dependent Variables)



สมมติฐานการศึกษา

- [illegible]

3.3 ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการด้านพนักงาน มี
ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X
(HUTCH) ชีดีเอ็มเอ ฑูเทชนัด วันเอิกช

3.4 ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการโดยรวมมี
ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ
CDMA2000-1X (HUTCH) ชีดีเอ็มเอ ฑูเทชนัด วันเอิกช

บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
5. ประวัติความเป็นมาของบริษัท Hutchison CAT Wireless Multimedia Ltd.
6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความหมายของการรับรู้ (Expectation)

พจนานุกรมของเว็บสเตอร์ (Webster' New Universal Dictionary 1977) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า หมายถึง การคาดการณ์อนาคตในสิ่งที่จะเกิดขึ้น อาจเป็นสิ่งที่ดีหรือไม่ดีก็ได้

พจนานุกรมของออกซ์ฟอร์ด (Oxford Advanced Learner's Dictionary :2000) ให้ความหมายของความคาดหวังว่าเป็นความเชื่อ เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่าควรจะเป็น หรือควรจะเกิดขึ้น

เคล (Clay) ได้ให้ความหมายว่า ความคาดหวังเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี เป็นความมุ่งหวังที่ดีงาม เป็นความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มุ่งหวังไว้ (สกาวัตตี ดวงเด่น. 2538:42)

โกลแมน (Tolman. 1932) ได้กล่าวว่าความคาดหวังเกิดจากผลลัพธ์ของกระบวนการความคาดหวัง อาจเป็นสิ่งที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่คาดหมายว่าจะเกิดขึ้น สิ่งที่เราเข้าใจได้จากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริง อาจให้ผลทางด้านบวกหรือด้านลบ (Robertson and Kassarian, 1991:403)

เด เซโก (De Cecco.1967:80-82) กล่าวว่า ความคาดหวังของบุคคลขึ้นกับประสบการณ์ที่ผ่านมา การกำหนดการรับรู้ต้องประเมินความเป็นไปได้ เพราะการรับรู้เป็นความรู้สึก เป็นการคาดการณ์ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเป็นรูปธรรมหรือนามธรรม การประเมินใช้มาตรฐานตัวเองเป็นเครื่องวัด แต่ละบุคคลจะมีการคาดการณ์ต่างกัน ขึ้นกับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจ

เกทเซลส์และคนอื่น ๆ (Gelzels and others. 1968: 45-47) กล่าวว่าความคาดหวังของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป เพราะแต่ละคนมีพฤติกรรมทางสังคม ความคิด ความต้องการต่างกัน

วรูม (Vroom. 1970: 91-103) ได้กล่าวถึงทฤษฎี Valence, Instrumentality and Expectancy (V.I.E) ว่าประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 อย่างคือ

1. V มาจาก Valence หมายถึงความพึงพอใจและการให้คุณค่ากับสิ่งที่ได้รับ
2. I มาจาก Instrumentality หมายถึง สื่อ เครื่องมือ วิธีที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ
3. E มาจาก Expectancy หมายถึงการรับรู้ในตัวเองบุคคล เมื่อบุคคลนั้นมีความต้องการ และมีการรับรู้ในหลายสิ่งหลายอย่างจึงพยายามกระทำการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวัง เมื่อได้รับแล้วก็จะเกิดความพึงพอใจ และจะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ

คาโตนา (Katona. 1975:48) ได้ศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ของผู้บริโภค จำแนกการรับรู้ได้เป็น 2 อย่างคือ

1. เกิดจากการเรียนรู้โดยความทรงจำหรือการเกิดซ้ำ ๆ
2. เกิดจากการแก้ปัญหาและความเข้าใจในปัญหา ข้อมูลที่ได้รับมาจากการประสบการณ์ของบุคคลนั้น บุคคลอื่น หรือจากสื่อต่าง ๆ

พาราซูรามัน, ซีทฮอล์มและแบร์รี (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990 :19-20) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้ใช้บริการซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ลูกค้าแบบเจาะจงกลุ่ม (Focus Group Interview) มีดังนี้

1. การพูดปากต่อปาก (Word-Of-Mouth Communication) ผู้ใช้บริการจะมีความคาดหวังต่อการบริการใด ๆ นั้นมาจากการได้รับคำบอกเล่าจากเพื่อน หรือบุคคลที่รู้จัก
2. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) โดยความคาดหวังของผู้ใช้บริการแต่ละคนจะเริ่มต้นจากลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลหรือสถานการณ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้ที่แตกต่างกันในแต่ละระดับ
3. ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) คือประสบการณ์จากการที่ลูกค้าได้เคยใช้บริการนั้น ๆ ในอดีตที่ผ่านมา จะทำให้ลูกค้ามีความคาดหวังในการบริการ
4. การติดต่อสื่อสารภายนอก (External Communications) หมายถึง การประชาสัมพันธ์หรือข่าวสารที่ผู้ให้บริการได้มีไปถึงผู้ใช้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

เด็มดวง เจริญสุข (2532:14) ได้กล่าวไว้ว่า ความหวังหมายถึงความคิด ความรู้สึก ความต้องการของบุคคลที่มีต่อบางสิ่งบางอย่าง ซึ่งอาจเป็นตัวเองบุคคลเหตุการณ์หรือการกระทำ และการรับรู้จะเป็นไปตามประสบการณ์ของแต่ละคน

ประเทือง สูงสุวรรณ (2534:29) ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า เป็นสภาวะทางจิตอย่างหนึ่งของบุคคล เป็นความรู้สึกนึกคิดหรือความคิดเห็นด้วยวิจรณ์ญาณเกี่ยวกับการคาดคะเนหรือ

คาดการณ์ล่วงหน้าถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าควรมี ควรจะเป็นหรือควรเกิดขึ้นในอนาคตตามความเหมาะสมกับสถานการณ์การรับรู้จะถูกต้องมากน้อยเพียงใดขึ้นกับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

เพชรี हालाภ (2538:10-11) กล่าวว่าความคาดหวังของบุคคลเป็นการตั้งขึ้นเพื่อการตอบสนองความต้องการ ถ้ามนุษย์เกิดความต้องการ ความคาดหวังก็จะตามมา และถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองแล้ว จะมีความคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นได้ตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow) ที่ได้กล่าวถึงความต้องการตามลำดับ ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs)
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs)
3. ความต้องการความรักและการยอมรับ (Belongingness Needs)
4. ความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem Needs)
5. ความต้องการที่จะรู้และเข้าใจตนเอง (Self-Actualization Needs)

ความคาดหวังในบริการ

จอห์นสันและลิทท์ (Johnson and Lyth. 1991:181-182) ได้กล่าวว่าความคาดหวังของผู้รับบริการควรเป็นไปตามการคาดการณ์ที่คิดไว้ล่วงหน้า ความคาดหวังอาจเกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับ เกิดจากการประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร ให้ผู้รับบริการรับทราบข้อเท็จจริง

เทนเนอร์และดีโทโร (Tenner and Detero. Detero, 1992:68-70) ได้กล่าวว่า ผู้รับบริการมีความต้องการที่จะให้ความคาดหวังของตน บรรลุผลอย่างครบถ้วนและมีแนวโน้มที่จะยอมรับบริการได้ โดยการเปรียบเทียบประสบการณ์จริงที่เคยได้รับกับบริการจริงก่อนที่จะชำระค่าบริการ การตัดสินใจว่าบริการใดไม่เป็นที่พอใจหมายความว่าความคาดหวังนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความพึงพอใจจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อผู้ให้บริการสามารถตอบสนองการรับรู้ได้มากที่สุด หน่วยงานที่จะประสบความสำเร็จต้องเป็นหน่วยงานที่

สามารถทำนายลักษณะความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการได้อย่างครบถ้วนโดยมีปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ของผู้รับบริการดังนี้

1. ลักษณะบริการที่ผู้รับบริการต้องการ
2. ระดับของการปฏิบัติงานที่ผู้รับบริการรู้สึกพอใจ
3. ความสัมพันธ์ของลักษณะงานบริการ

โฟล์คส์ (Folkes. 1994:108-110) ได้กล่าวว่าผู้รับบริการประเมินคุณภาพบริการจากความพึงพอใจที่มีต่อบริการ โดยประเมินจากการรับรู้จากบริการที่ได้รับ ถ้ามีความแตกต่างก็จะเป็นไม่พอใจ และประเมินว่าบริการนั้นด้อยคุณภาพ ความคาดหวังของผู้รับบริการได้ผ่านการคิดอย่างมี

วิจารณ์ญาณ โดยพิจารณาจากประสบการณ์การรับรู้ของตนและการได้รับข่าวสาร เช่นหนังสือพิมพ์ ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ถึงแม้บริการจะดีถ้าได้รับข่าวสารไม่ตรง ผู้รับบริการก็จะเกิดอคติได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

แกริสันและมากูน (Garrison and Magoon. 1972:607) ให้ความหมายของการรับรู้ว่า การรับรู้คือ กระบวนการหรือสิ่งที่เราสัมผัสรับรู้จากสิ่งเร้า สิ่งแวดล้อม ต้องอาศัยประสบการณ์เป็นตัวช่วยในการตีความ

เบอร์ทเลย์ (Bertley.1972:22-23) ให้ความหมายการรับรู้ว่าเป็นสิ่งที่เมื่อได้รับสามารถประมวลเป็นประสบการณ์และอาจมีผลต่อพฤติกรรมของผู้นั้นได้

สุโท เจริญสุข (2520:24) ได้ให้ความหมายการรับรู้ว่า คือการแปรความรู้สึก อากาที่ได้รับจากการสัมผัสรู้จักสิ่งต่าง ๆ ในสภาวะต่าง ๆ ได้เกิดเป็นความรู้และรู้สึกเฉพาะคน ๆ นั้น

เทพนม เมืองแมนและสวึง สุวรรณ (2529:6) ให้ความหมายของการรับรู้ว่า คือกระบวนการแปรความหมายของสิ่งของ บุคคล หรือสภาวะการณ์ โดยมีกระบวนการในการเลือกรับ แต่ละบุคคลจะให้ความสำคัญต่างกันซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ของแต่ละคน องค์ประกอบที่มีผลต่อการรับรู้ ได้แก่ สถานการณ์ ความต้องการ และหน้าที่ความรับผิดชอบ

กรรณิการ์ สุวรรณโคต (2536:12) ให้ความหมายการรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลใช้เลือกและแปลความหมายของสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมที่มากกระตุ้นประสาทสัมผัสและพาดพิงข้อมูลแล้วนำไปสู่การกระทำที่มีความหมาย

สุปราณี สนธิรัตน์และคนอื่น ๆ (2537:45) ให้ความหมายการรับรู้ว่าหมายถึงการที่บุคคลตระหนักและมีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้าซึ่งเกิดขึ้นหลังจากสมองได้ตีความว่าสิ่งที่สัมผัสครั้งแรกคืออะไร

บรรยงค์ โตจินดา (2542:287) ให้ความหมายการรับรู้ว่า หมายถึง การที่บุคคลได้รับตีความ และตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้น การรับรู้แบ่งได้เป็น 2 กิจกรรม คือ การรับข้อมูลและการแปลข้อมูลให้เป็นข้อความตามความเข้าใจ การรับรู้จะต้องคำนึงถึงความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร ความสนใจและประสบการณ์จึงสามารถทำให้แปลความได้ถูกต้อง

การรับรู้การบริการ มี 2 ลักษณะ

1. การรับรู้จากการรับรู้ จากข้อมูลที่ลงโฆษณา การได้ยินผู้อื่นวิจารณ์ และความต้องการของลูกค้าหากบริการที่ได้รับสอดคล้องกับการรับรู้ที่มีอยู่ ย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อบริการนั้น
2. การรับรู้จากประสบการณ์ที่ได้รับ แล้วเกิดความรู้สึกหรือภาพพจน์เกี่ยวกับบริการที่ได้รับและวิธีปฏิบัติในกระบวนการว่ามีคุณภาพมากน้อยเพียงใด (จิตวิทยาการบริการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2544:30)

ทีส์ (Teas.1993:18-34) ได้กล่าวว่า การรับรู้ของผู้รับบริการเป็นการประเมินผลลัพธ์ของการบริการซึ่งเกิดจากช่องว่างระหว่างการรับรู้และการรับรู้บริการ การเกิดช่องว่างนี้เป็นปัจจัยนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงการบริการให้มีรูปแบบการรับรู้ที่มีคุณภาพเพื่อลดช่องว่างดังกล่าวลง

ดีซาร์โบและคนอื่น ๆ (Desarbo and others. 1994:203) ได้กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ของผู้รับบริการสามารถนำมาสร้างเป็นรูปแบบคุณภาพได้ ต้องมีสิ่งบ่งชี้ให้เกิดการรับรู้ 3 อย่างคือ

1. การให้บริการที่มีคุณภาพตามเทคนิควิธีการที่สำคัญของบริการนั้น
2. ผู้รับบริการสามารถรับรู้ถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้กับผู้รับบริการ สิ่งสำคัญก็คือการสร้างภาพการบริการให้เป็นที่น่าเชื่อถือ
3. การรับรู้เป็นการประเมินจากผู้รับบริการ ซึ่งเกิดจากความแตกต่างระหว่างการรับรู้และการรับรู้ค่าบริการที่ได้รับเป็นไปตามที่คาดหวังก็จะประเมินว่ามีคุณภาพ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

การบริการตามพจนานุกรมราชบัณฑิตสถาน หมายถึง ช่วยเหลือ

สมชาติ กิจยรรยง (2543:11) การบริการ เป็นกระบวนการปฏิบัติตน เพื่อผู้อื่น เป็นการช่วยเหลือ อนุเคราะห์ให้ความสะดวก เป็นกิจกรรมที่ทำเพื่อผู้อื่นตามหน้าที่การงาน

คอตเลอร์ (Kotler. 1988:477) การบริการหมายถึงกิจกรรมหรือการปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกบุคคลหนึ่ง การบริการไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ มีความหลากหลายในตัวเอง

สรุปการบริการคือ สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการ การรับรู้ของผู้รับบริการเป็นผลทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ

ฟเจบาม (Feigebam. 1997:7) คุณภาพ เป็นการตัดสินใจของผู้รับบริการที่ได้จากประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ได้วัดจากผู้ให้บริการ โดยวัดได้จากความต้องการ การรับรู้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539:291) กล่าวว่าในธุรกิจการบริการ คุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ การเสนอคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้รับบริการ เป็นการรักษาระดับการบริการที่เหนือคู่แข่ง ข้อมูลคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการ ได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากเพื่อน จากการโฆษณา ผู้รับบริการจะพอใจที่ได้รับในสิ่งที่ต้องการและเมื่อความต้องการ ณ สถานที่ต้องการ ในรูปแบบที่ต้องการ

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 438-441) ได้กล่าวไว้ว่า งานสำคัญประการหนึ่งของธุรกิจบริการคือ การบริหารคุณภาพการให้บริการ (Managing Service Quality) สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการคือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขั้นโดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ลูกค้าจะคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการได้

จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก และจากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ หลังจากใช้บริการแล้ว ลูกค้าจะเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่ได้ หากบริการที่ได้รับต่ำกว่าบริการที่คาดหวัง ลูกค้าจะไม่ให้ความสนใจในธุรกิจที่ให้บริการอีกต่อไป หากบริการที่ได้รับตรงหรือมากกว่าบริการที่คาดหวังลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการของธุรกิจนั้นอีก

ลักษณะสำคัญของบริการ

แซสเซอร์, ออลเซ็น และ วายค็อฟ (Sasser, Olsen & Wyckoff. 1978 :8) ได้ให้ความจำกัดความของสินค้าและบริการว่า มีการแยกกันอย่างชัดเจนบนพื้นฐานของคุณสมบัติของตัวมันเอง สินค้านั้นจะเป็นสิ่งที่มีตัวตน จับต้องได้ สามารถเก็บสะสมไว้และโอนย้ายได้ นอกจากนี้ยังสามารถใช้ภายหลังการที่มีผลผลิตขึ้นแล้ว ในขณะที่การบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน และยังสามารถสูญสลายได้ การบริการจะต้องเกิดขึ้นในระหว่างที่มีกระบวนการบริการเกิดขึ้นหรือภายในเวลาที่ใกล้เคียงกัน ลูกค้าไม่สามารถเก็บสะสมการบริการไว้ภายหลังการผลิตได้

ควินน์, บาร์ช และ พาเค็ต (Quinn, Baruch & Paquette. 1978 : 50) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับธุรกิจบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ไม่ใช่ตัวสินค้า, การบริโภคจะเกิดขึ้นทันทีที่มีการบริการและเป็นการจัดหาให้เกิดรูปแบบของการสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น ความสะดวก ความเพลิดเพลิน ความเหมาะสมกับเวลา ความสบาย หรือความมีสุขภาพดี ซึ่งความเป็นสิ่งที่ไม่มีความเห็นเหล่านี้ เป็นสิ่งจำเป็นซึ่งผู้เข้ารับบริการทุกคนตระหนักในครั้งแรกในการใช้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 335-336) ได้อธิบายลักษณะสำคัญ 4 ประการ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น ได้แก่

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ เช่น ธนาคารต้องมีสถานที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อมีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี รวมทั้งเสียงดนตรีเบา ๆ ประกอบด้วย

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์(Symbol) คือชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับการบริการที่เสนอขาย เช่นสถาบันเสริมความงามสเลนเดอร์

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการบริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ ทำให้การขายอยู่ในวงจำกัดเรื่องเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นกับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ของผู้ขายบริการ จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ ซึ่งทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการรวมทั้งมนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ โดยต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้ การรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลของลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้เสมือนสินค้า ความต้องการสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทัน หรือไม่มีลูกค้า

ซีทฮอล์มและแบร์รี่ (Zeithaml and Berry. 1996) ได้อธิบายถึง ช่วงแห่งการสร้างความประทับใจ (Moment of Truth; MOT) กล่าวคือ เป็นช่วงที่ผู้ให้บริการจะพบกับลูกค้า การสร้างความประทับใจจึงเกิดในช่วงนี้สูงสุด ในขณะเดียวกัน ช่วงนี้เป็นช่วงที่ธุรกิจจะต้องแสดงฝีมือให้เห็นถึงการวางตำแหน่งบริการที่โดดเด่น ความแตกต่างของธุรกิจ แปรนด์เนมที่เด่นชัด และคุณภาพในการบริการอันยอดเยี่ยม ซึ่งจะต้องเริ่มจากการต้อนรับ การให้บริการ จนถึงการชำระเงิน และการส่งลูกค้าเมื่อบริการเสร็จสิ้น ช่วงแห่งการสร้างความประทับใจนี้จะมีผลออกมา 2 ประเภทดังนี้

1. ประทับใจ (Positive MOT) คือลูกค้าพอใจกับการบริการ
2. ไม่ประทับใจ (Negative MOT) คือลูกค้าไม่พอใจกับการบริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ตามพจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน (2525:588) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “พึง” เป็นคำช่วยกริยาอื่น แปลว่า ควร เช่น พึงใจ หมายความว่า พอใจ ชอบใจ

แชปปลิน (Chaplin. 1968:437) ให้คำจำกัดความว่าเป็นความรู้สึกของผู้มารับบริการต่อสถานประกอบการ ตามประสบการณ์ที่ได้จากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการ

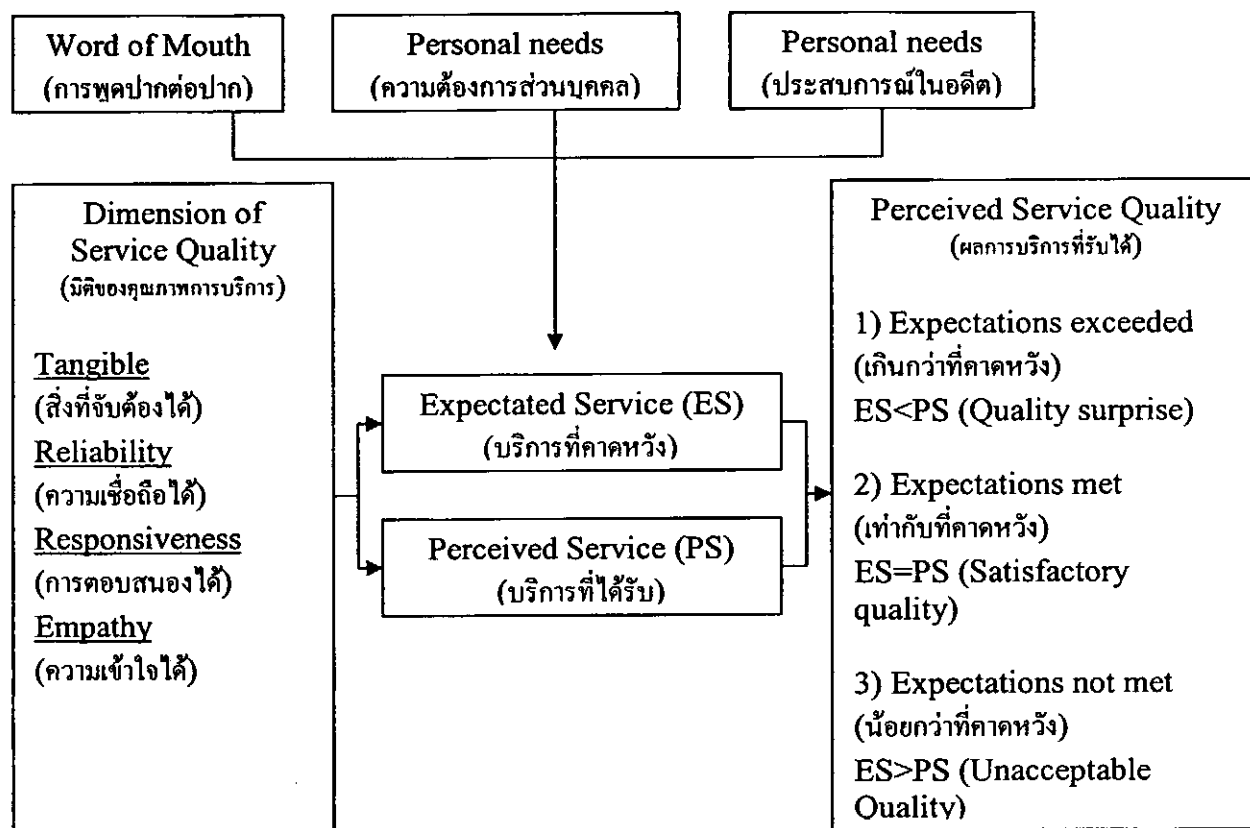
โวลแมน (Volman.1973: 384) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

พาวเวลล์ (Powell. 1983:17-18) ได้นิยามความพึงพอใจ คือ ความสุข จะเกิดขึ้นหากความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองจนเกิดความสมดุลย์ เมื่อบุคคลสามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ดี ดังนั้น ความพึงพอใจคือ สภาพอารมณ์ ความรู้สึกด้านบวกของบุคคล

ฮิลล์ (Hill.1996:6) ได้อธิบายความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ฮิลล์ได้กล่าวว่าปัญหาที่ธุรกิจมักประสบอย่างหนึ่ง คือ จำนวนลูกค้าที่ลดลง เมื่อลูกค้าเดิมหายไป ธุรกิจก็พยายามทุกวิถีทางที่จะหาลูกค้าใหม่ ขณะที่ลูกค้าเก่าไม่กลับไปใช้บริการอีกแต่กลับไปซื้อสินค้าและบริการจากคู่แข่ง โดยทั่วไปธุรกิจจะสูญเสียลูกค้าไปประมาณร้อยละ 10-30 ต่อปี แล้วก็พยายามหาลูกค้าใหม่ซึ่งก็ไม่ได้ประโยชน์อะไร เพราะลูกค้าที่หามาได้เมื่อไม่ได้รับความพึงพอใจในสินค้าและบริการก็จะหายไปอีก จึงต้องแก้ไขโดยเร็วด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

ศิริวรรณ (2535: 5) ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมาย

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสามารถกำหนดได้จากการเปรียบเทียบการรับรู้จากบริการและการรับรู้จากบริการที่ได้รับ ถ้าการรับรู้ต่ำกว่าผลที่ผู้ใช้บริการได้รับ ผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจต่อบริการมาก หากการรับรู้เท่ากับผลบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ ผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าวการรับรู้สูงกว่าผลการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ ผู้ใช้บริการจะเกิดความไม่พอใจ



ภาพประกอบ 1 แสดงช่องว่างระหว่างบริการที่คาดหวังและบริการที่รับรู้ได้เพื่อประเมินความพึงพอใจลูกค้า

ที่มา : (Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. P.48)

ความพึงพอใจของผู้บริโภค จะแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกหรือทางลบนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีคุณภาพ การให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กร ตลอดจนคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นสำคัญ
2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ
3. สถานที่บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า
4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคเกิดขึ้นได้จากการได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของบริการในทางบวก

5. ผู้ให้บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงาน แสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความเอาใจใส่อย่างเต็มที่ ด้วยจิตสำนึกของการบริการ
6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นจากการชื่นชม สภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม การให้สีสรร ตลอดจนการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน
7. กระบวนการบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นจากการนำระบบการทำงาน ที่มีคุณภาพและถูกต้องทำให้เกิดความคล่องตัวในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

สรุป

การรับรู้ของผู้รับบริการอาจเกิดจากความต้องการหรือเกิดจากการคาดการณ์จากข้อมูลที่ได้รับ จากประสบการณ์ การรับรู้ของแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกันขึ้นกับความต้องการ ความรู้ ความเข้าใจในสิ่งนั้นๆ

การรับรู้การบริการเกิดจากที่บุคคลได้รับข้อมูลจากการได้ยิน ได้เห็นหรือสัมผัส การรับรู้ของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปตามความต้องการ ความรู้ และประสบการณ์ของบุคคลนั้น

ส่วนประสมทางการตลาด หรือหลักการ 4 P's (Product, Price, Place, Promotion) นั้น ได้มีการค้นพบและแนะนำโดย บอร์ดีน Borden ในปี 1962 ต่อมาถูกนำมาเผยแพร่และเป็นที่รู้จักโดยแมคคาร์ธี McCarthy ในปี 1964 ที่ได้มีการกำหนดแนวความคิดการบูรณาการงานทางด้านการตลาดเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารในองค์กร หลังจากนั้น ในปี 1981 บี เอช บูมส์ และ เอ็ม เจ บิทเนอร์ (B.H. Booms and M. J. Bitner) จึงได้มีความพยายามจะมีการคิดค้นเพิ่มเติมในส่วนของกลุ่มงานบริการเข้าไปเป็นส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งได้เพิ่มเติมอีก 3 P's เข้าไปที่เกี่ยวข้อง กับ

1. กระบวนการ (Process)

กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัย ในการทำให้เกิดกระบวนการ ที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไป มักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอนได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอน ต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดี แม้แต่ขั้นตอนเดียว ย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

2. ลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Physical Evidence)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เคาเตอร์ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ลีบบปี ลานจอดรถ การตกแต่ง ป้าย

ประชาสัมพันธ์ ห้างน้ำ แบบฟอร์มต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการกล่าวคือ ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ยิ่งดูหรูหรา และสวยงามเพียงใด บริการน่าจะมีคุณภาพตามด้วย

3. พนักงาน (People)

พนักงานในองค์กรที่ให้บริการ จะมีทั้งพนักงานที่ทำงานพบกับลูกค้าโดยตรง (พนักงานส่วนหน้า) กับพนักงานที่ทำงานสนับสนุน (พนักงานส่วนหลัง) เพื่อให้พนักงานส่วนให้บริการส่งมอบบริการอย่างมีคุณค่าทั้งในด้านภาพลักษณ์, ทักษะ และ ความสามารถในการบริการแก่ลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการจะสามารถกำหนดได้จากการเปรียบเทียบการรับรู้จากการบริการและผลการบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้จากการบริการ หากการรับรู้จากการบริการต่ำกว่าผลการบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้ ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจในคุณภาพของการบริการเป็นอย่างมาก หากการรับรู้จากการบริการเท่ากับผลการบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจในบริการ แต่หากการรับรู้จากการบริการสูงกว่าผลการบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้ลูกค้าย่อมไม่พึงพอใจและถือว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพ



ประวัติความเป็นมาและแนวโน้มของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย

โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนไทยเมื่อปีพ.ศ.2529โดย องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย หรือ บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น ในปัจจุบัน ได้นำโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ NMT (Nordic Mobile Telephone) ย่านความถี่ 470 MHz. เข้ามาใช้ แต่ในขณะนั้นเทคโนโลยียังไม่พัฒนามากนัก โทรศัพท์เคลื่อนที่ในยุคนั้นราคาสูงมาก ราคาเครื่องละเกือบ 1 แสนบาท ผู้ใช้งานจะต้องเป็นผู้ที่มีฐานะดี จึงจะสามารถมีเครื่องโทรศัพท์แบบนี้ไว้ใช้งานได้ และเป็นแบบดิดรยนต์เสียเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากตัวเครื่องโทรศัพท์มีน้ำหนักมาก

ต่อมาในปี พ.ศ. 2530 การสื่อสารแห่งประเทศไทย หรือ บมจ. กสท โทรคมนาคม ในปัจจุบัน ได้นำโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AMPS (Advance Mobile Phone System) ย่านความถี่ 800 MHz. Band A มาใช้ซึ่งได้รับความนิยมมาก แต่ยังคงมีปัญหาเรื่องราคาของเครื่องโทรศัพท์เพราะมีราคาสูง

ในปี พ.ศ. 2533 องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ได้เปิดสัมปทานให้บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ NMT ย่านความถี่ 900 MHz. ซึ่งเป็นระบบอนาล็อก เข้ามาให้บริการในประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2534 การสื่อสารแห่งประเทศไทย ได้เปิดสัมปทานให้บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ AMPS ย่านความถี่ 800 MHz. Band B

ในปี พ.ศ. 2537 ภายใต้สัมปทานขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ได้นำโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Digital GSM (Global System for Mobile Communication) ย่านความถี่ 900 MHz. มาให้บริการ โทรศัพท์มือถือระบบ GSM มีคุณภาพเสียงคมชัด ตัดเสียงรบกวนได้ดี นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติพิเศษให้บริการ Automatic International Roaming ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถนำเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Digital GSM ไปใช้ในต่างประเทศได้ด้วย สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลอีกระบบหนึ่งซึ่งเรียกว่า PCN 1800 (Personal Communication Network) ได้เปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2537 เช่นเดียวกัน โดยบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ DTAC ได้นำมาให้บริการภายใต้สัมปทานของการสื่อสารแห่งประเทศไทย และต่อมาได้มีการแบ่งความถี่ในย่าน 1800 MHz. ให้อีกสองบริษัทเพื่อเปิดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเดียวกัน ได้แก่ บริษัท ไวร์เลส คอมมูนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด หรือ WCS ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น “CP Orange” และ “TA Orange” ตามลำดับ ซึ่งเปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2545 และบริษัท ดิจิตอล โฟน จำกัด หรือ DPC ให้บริการภายใต้ชื่อทางการค้า “Hello 1800” ต่อมาได้มีการเปลี่ยนชื่อโครงสร้างผู้ถือหุ้น และมีการเปลี่ยนชื่อทางการค้าเป็น “GSM 1800”

เดือนเมษายน พ.ศ. 2545 DTAC เป็นผู้นำร่อง ปลดล็อกอีมี (IMEI : International Mobile Equipment Identity) อีมี คือรหัสรักษาความปลอดภัยของระบบที่ติดอยู่กับเครื่องโทรศัพท์ เพื่อให้

โอเปอเรเตอร์ หรือผู้ให้บริการรู้ว่า ขณะนี้มีเครื่องอยู่ในระบบของตัวเองจำนวนเท่าใด และเพื่อตรวจสอบว่าเครื่องที่ลูกค้าใช้อยู่เป็นเครื่องที่ผ่านการนำเข้ามาอย่างถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่ การนำร่องของ DTAC นี้ทำให้ลูกค้าในระบบของ DTAC สามารถนำซิมการ์ดไปใช้กับเครื่องโทรศัพท์ GSM ได้ทุกเครื่อง ต่อมา AIS ก็ต้องยอมปลดล็อกอิมมิตีด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุผลก็เพราะสูญเสียตลาดไป การปลดล็อกอิมมิตีนี้ได้สร้างความเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญให้กับตลาดสื่อสารโทรคมนาคมไทย เป็นการจูงจูงให้การแข่งขันรุนแรงขึ้น ผลพวงจากวันนั้นส่งผลให้มีจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นถึง 17.4.% เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์ในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2544 ในไตรมาสที่ 1

ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2545 โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจีเอสเอ็ม ย่านความถี่ 1900 MHz.(Thai Mobile) เริ่มเปิดให้บริการ Thai Mobile เกิดจากการร่วมทุนขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย และการสื่อสารแห่งประเทศไทย ในอดีต

หลังจากนั้นอีกเพียงไม่กี่เดือน บริษัท ฮัทชิสัน ซีเอที ไวร์เลส มัลติมีเดีย จำกัด ผู้ทำการตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA (Code Division Multiple Access) ย่านความถี่ 800 MHz. ให้กับ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ภายใต้แบรนด์ “ฮัทช์” (Hutch) ได้เปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546 ที่ผ่านมา

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมมีจำนวน 6 รายคือ

1. บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ NMT ย่านความถี่ 470 MHz. และ ระบบจีเอสเอ็ม ย่านความถี่ 1900 MHz.(Thai Mobile)
2. บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (กสท.) ให้บริการระบบ AMPS ย่านความถี่ 800 MHz. และระบบซีดีเอ็มเอ ย่านความถี่ 800 MHz. ภายใต้แบรนด์ “ฮัทช์” (“Hutch”)
3. บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส (AIS) ให้บริการในระบบ NMT ย่านความถี่ 900 MHz. และระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ย่านความถี่ 900 MHz. ซึ่งเป็นคลื่นความถี่ต่ำ มีลักษณะเฉพาะคือ ครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างกว่าคลื่นความถี่สูงได้รับอนุญาตจากองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) ต่อมาได้รับการแปรรูปและจดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน จำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ให้ดำเนินกิจการให้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่ เป็นระยะเวลา 25 ปี สิ้นสุดในวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2558
4. บริษัท โทเทิล แอ็กเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ดีแทค (DTAC) ให้บริการในระบบ AMPS ย่านความถี่ 800 MHz. และระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ย่านความถี่ 1800 MHz.
5. บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด ให้บริการในระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ย่านความถี่ 1800 MHz. ได้รับสัมปทานจากการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) ต่อมาได้รับการแปรรูปและจดทะเบียนเป็นบริษัท มหาชน จำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) จนถึงปี พ.ศ. 2556

6. บริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด หรือ ดีพีซี (DPC) ให้บริการในระบบ ดิจิตอล จีเอสเอ็ม ย่านความถี่ 1800 MHz. เป็นคลื่นความถี่สูง มีลักษณะเฉพาะคือ ครอบคลุมพื้นที่ได้แคบกว่าคลื่นความถี่ต่ำ แต่สามารถให้บริการได้ดีในพื้นที่ที่มีความต้องการใช้บริการที่หนาแน่น ได้รับอนุญาตจากการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) หรือ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ให้มีสิทธิดำเนินกิจการให้บริการวิทยุโทรคมนาคม เป็นระยะเวลาเริ่มตั้งแต่วันที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2540 ถึง วันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2556

ปัจจุบันมีจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยรวมทุกระบบประมาณ 20 ล้านราย หรือกว่าสองเท่าของยอดรวมผู้ใช้โทรศัพท์พื้นฐานกว่า 8.6 ล้านเลขหมาย เป็นลูกค้าเอไอเอส ประมาณ 12-13 ล้านราย (คิดเป็นร้อยละ 60) ดีแทค ประมาณ 6 ล้านราย ทีโอเอ อดเรนจ์ ประมาณ 2 ล้านราย ดีพีซี ประมาณ 2.9 แสนราย ทศท. คอร์ป (ดิจิตอล 1900) 1.25 แสนราย และอัศวิน (ซีดีเอ็มเอ) รวมทั้งหมดประมาณ 4 แสนราย

แนวโน้มของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ การแข่งขันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยผู้ให้บริการจะหันมาเน้นความสำคัญของ Non-Voice มากขึ้น อาจกลายเป็นเอนเตอร์เทนเมนต์คอมเพล็กซ์แบบพกพา สามารถดูหนัง ฟังเพลง ร้องคาราโอเกะ เป็นคอมพิวเตอร์ขนาดเล็กที่ทำได้ทั้งเล่นอินเทอร์เน็ต ดาวน์โหลดข้อมูล ภาพและเสียง ด้วยความเร็วเหมือนกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

เมื่อปี พ.ศ. 2538 การสื่อสารแห่งประเทศไทย [ปัจจุบันได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)] ได้นำเทคโนโลยีโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอล ซีดีเอ็มเอ เข้ามาให้บริการทดแทนระบบอนาล็อกแอมป์ส 800 เดิม เพื่อเป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครือข่ายให้บริการในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และพื้นที่บางส่วนของภาคกลางและภาคตะวันออก และได้เปิดให้บริการได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 เนื่องจากปัจจุบัน พื้นที่ให้บริการยังไม่ครอบคลุมทั่วประเทศ ดังนั้นโครงการติดตั้งโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบซีดีเอ็มเอ ในเขตภูมิภาคจึงได้ถูกกำหนดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อรักษาคุณภาพ และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ รวมทั้งสามารถรองรับการใช้งานในปริมาณมากได้ดี โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีการใช้งานหนาแน่น

2. เพื่อขยายพื้นที่บริการออกไป ช่วยให้ผู้ใช้งานในพื้นที่กว้างขึ้นกว่าเดิม และกระจายความเจริญทางด้านเทคโนโลยีโทรคมนาคมสู่ภูมิภาคมากขึ้น

3. เพื่อเพิ่มและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด โดยใช้ประสิทธิภาพของระบบและคุณภาพบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการทำตลาด

4. เพื่อให้ลูกค้าและประชาชนทั่วไป รู้จัก มีภาพพจน์ที่ดี และมีความพึงพอใจต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบซีดีเอ็มเอของ กสท. ในระดับเดียวกันกับบริการของบริษัทเอกชนหรือมากกว่า

5. เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบสื่อสารโทรคมนาคมของประเทศไทย ให้มีบริการวิทยุคมนาคมระบบเซลลูลาร์ที่มีคุณภาพดี

เทคโนโลยี ซีดีเอ็มเอ มีกำเนิดมาจากนักวิจัยชื่อ คลอดี แชนนอน (Claude Shannon) ซึ่งเขาสามารถคิดทฤษฎีนี้ได้จากสมการคำนวณโดยใช้รหัสทดแทนหรือเรียกว่า Pseudo Code ใส่เข้าที่ความถี่ ผลงานวิจัยของเขาได้รับการตีพิมพ์ที่ชื่อว่า ทฤษฎีแห่งการคำนวณเชิงคณิตศาสตร์ (A Mathematical Theory of Computation) ในปี ค.ศ. 1948 ต่อมาระยะหลังกลุ่มนักวิจัยของควอลคอมม์ (Qualcomm) ที่เมืองลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา นำมาทดลองในทางปฏิบัติซึ่งนำโดย ดร.เจคอบส์ และ ดร.กิลลูเซ็น และได้มีการพัฒนาเรื่อยมาจนกระทั่งในปี ค.ศ. 1993 จึงได้มีการกำหนดเป็นมาตรฐาน IS-95 ออกมาโดย TIA หรือ the Telecommunications Industry Association เป็นมาตรฐานแรก และในปี ค.ศ. 1995 มาตรฐานดังกล่าวได้มีการปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งหนึ่งเป็น IS-95A หรือมักเรียกกันว่า CDMAOne ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ได้รับความนิยมใช้กันในหลายประเทศทั่วโลกซึ่งปัจจุบันและมีผู้ใช้บริการมากกว่า 50 ล้านราย ทั่วโลก

ในประเทศไทยได้มีการนำเอาระบบ IS-95A หรือ CDMAOne เข้ามาใช้ในเชิงพาณิชย์เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2540 โดยการสื่อสารแห่งประเทศไทย โดยใช้ช่วงความถี่ 800 MHz แบนด์ A และบริหารการตลาดโดยบริษัท ตะวันมอญบายเทลคอม จำกัด ระบบ IS-95A จัดว่าเป็นบริการสื่อสารไร้สายในยุคที่ 2 (2G) โดยเป็นระบบสื่อสารไร้สายแบบดิจิทัลสองทิศทางแบบ สามารถรองรับการให้บริการทางเสียง (Voice service) เป็นหลัก และสามารถให้บริการเสริม SMS และ Voice Mail ได้

ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 การสื่อสารแห่งประเทศไทยได้มอบหมายให้บริษัท บีเอฟเคที (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้วางระบบ CDMAใหม่เป็นระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาสันด์วันเอ็กซ์) โดยใช้ช่วงความถี่ 800 MHz แบนด์ A เดิม และให้บริษัท อัทชีสัน ซีเอที ไร้เลส มัลติมีเดีย จำกัด (เดิมชื่อบริษัท ตะวันมอญบายเทลคอม จำกัด) เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง การสื่อสารแห่งประเทศไทย หรือ บริษัท กสท โทรคมนาคม (มหาชน) ในปัจจุบัน กับบริษัท อัทชีสัน ไร้เลส มัลติมีเดีย โฮลดิ้ง จำกัด เป็นผู้ทำการตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบซีดีเอ็มเอ ย่านความถี่ 800 MHz. ให้กับ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ภายใต้แบรนด์ "ฮัทช์" (Hutch) และเริ่มให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ CDMA 2000 1X เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546 ที่ผ่านมา และมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เทคโนโลยี CDMA 2000 1X เป็นเทคโนโลยีที่ใหม่กว่าระบบจีเอสเอ็ม และเป็นเทคโนโลยีที่พัฒนามาจากระบบ IS-95A เดิม แต่ได้รับการปรับปรุงให้มีคุณภาพที่ดีกว่าเดิม สามารถรองรับการส่งข้อมูลด้วยความเร็วสูงสุดถึง 153 Kbps (ความเร็วเฉลี่ยอยู่ที่ 60-90 Kbps ซึ่งสูงกว่า dial-up modem และ GPRS ในปัจจุบัน) ทำให้สามารถรองรับการให้บริการมัลติมีเดีย เช่น การดูข่าวสารรับส่งภาพ คาราโอเกะ เกมส์ การดาวน์โหลดไฟล์เพลง และวีดีโอสตรีมมิ่ง และบริการส่งผ่านข้อมูลในระบบไร้สายด้วยความเร็วที่สูงขึ้น และเพื่อรองรับการใช้งานของเทคโนโลยียุคที่ 3 (3G)

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกียรติยศ ณ นคร (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับมากไปน้อย ได้แก่ ความสามารถและความชัดเจนในการรับสัญญาณในแต่ละพื้นที่ ความปลอดภัยจากการถูกจูน การให้สิทธิพิเศษในรายการส่งเสริมการขาย ราคาค่าบริการต่อนาที ราคาค่าบริการรายเดือน และราคาเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตามลำดับ ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าปัจจัยด้านความปลอดภัยจากการถูกจูนมีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา ราคาเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับเพศ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับเพศ และมีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ต่อเดือน และการให้สิทธิพิเศษในรายการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ต่อเดือน ดังนั้นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรที่จะเน้นการพัฒนาด้านคุณภาพสัญญาณเป็นลำดับแรก การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอาจมีความแตกต่างกันตามลักษณะของปัจจัยส่วนบุคคล

ชาวี พันธุ์จิดติ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการเลือกใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ศึกษาความคิดเห็น เกี่ยวกับความสนใจใช้บริการ ในกรณีให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เฉพาะในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยคิดค่าบริการรายเดือน 250 บาทและศึกษาความถี่ในการใช้บริการเสริม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยความมีคุณภาพโครงข่ายดีเป็นอันดับหนึ่ง ราคาค่าบริการต่ำเป็นอันดับสอง และโปรโมชั่นเป็นอันดับสาม ในกรณีให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉพาะในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล โดยคิดค่าบริการรายเดือน 250 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สนใจใช้บริการร้อยละ 53 รู้สึกเฉยๆ ร้อยละ 23 และสนใจใช้บริการร้อยละ 24 กลุ่มอาชีพที่สนใจใช้บริการมากที่สุดคือ นิสิต นักศึกษา รองลงมาคือผู้ประกอบการอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย บริการเสริมที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นประจำได้แก่ บริการแสดงเลขหมายเรียกเข้า บริการที่ใช้ปานกลางได้แก่ บริการเปลี่ยนเสียงเรียกเข้า/โลโก้ รับฝากข้อความและรับสายเรียกซ้อน บริการที่ใช้น้อยได้แก่ บริการรับส่งข้อความสั้น โอนเลขหมายและสอบถามข้อมูลข่าวสาร บริการที่จัดอยู่ในระดับไม่ได้ใช้เลย ได้แก่ บริการข้อมูลสารบบนเทก ประชุมทางโทรศัพท์ รับส่งอีเมล และรับส่งแฟกซ์

ปยุผาย ศิริสารการ(2545)ได้ศึกษาเรื่อง“พฤติกรรมการซื้อและการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร” โดยวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมการซื้อและการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ สาเหตุที่ซื้อ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร โดยบิดามารดาเป็นผู้ซื้อให้ ระบบที่ใช้คือ DTAC และยี่ห้อโทรศัพท์ที่มีผู้ใช้มากที่สุดคือ Nokia ส่วนราคาเครื่องโทรศัพท์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันอยู่ในระดับ 7,000 – 8,999 บาท โดยได้รับคำแนะนำจากบิดามารดาในการตัดสินใจซื้อ ขนาดและรูปร่างเป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุดจากการศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดจ่ายค่าบริการ 900 บาท ต่อเดือน โดยผู้ปกครองเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายบริการและกลุ่มตัวอย่างจะใช้โทรศัพท์ติดต่อกับเพื่อนมากที่สุด จากการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า รายได้ส่วนตัวต่อเดือน และรายได้บิดามารดา มีความสัมพันธ์กับราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบัน รายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับค่าบริการโทรศัพท์ เพศ สถานศึกษา และรายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้ เวลาที่ใช้ในการคุยแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายบริการ ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายบริการมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายบริการในแต่ละเดือน

วีรชัย พุฒิสกุลวงศ์ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเวลดีโฟน 1800 ดิจิตอล ในกรุงเทพมหานคร” วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน พฤติกรรมในการใช้บริการ ความพึงพอใจในการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการในกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเวลดีโฟน 1800 ดิจิตอล ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ ในด้านความพึงพอใจในการใช้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับสูงในด้านคุณภาพของการบริการหลังการขาย ความสะดวกในการชำระค่าบริการ ส่วนบริการที่มีความพึงพอใจในระดับต่ำ คือ ระบบการเก็บค่าบริการ และความต่อเนื่องของสัญญาณขณะสนทนา

ศรียา กัณหาสุต (2542) ได้ศึกษาเรื่อง “การบริหารโครงการติดตั้งโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบซีดีเอ็มเอ” วัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาและประยุกต์ใช้หลักการบริหารโครงการในโครงการติดตั้งโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบซีดีเอ็มเอ โดยศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การประยุกต์หลักการบริหารโครงการในการวางแผนดำเนินงาน วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานโครงการติดตั้งโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 6 ระบบในประเทศไทย ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ โครงการติดตั้งโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบซีดีเอ็มเอ มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากปริมาณความต้องการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอีก 10 ปี ข้างหน้ายังคงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และเทคโนโลยีระบบซีดีเอ็มเอมีประสิทธิภาพและคุณภาพที่ดีกว่าระบบดิจิตอลแบบเดิมกรณียอดขายเพิ่มขึ้นหรือลดลงร้อยละ 15 โครงการยังคงมีความคุ้มค่าการลงทุน การศึกษาด้านการดำเนินงานพบว่า ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากผู้จัดการโครงการขาดบทบาทและ หน้าที่ที่เหมาะสม ปัญหาจากความซับซ้อนของโครงสร้างองค์กร ปัญหาที่มงาน ปัญหาด้านการสื่อสาร และปัญหาด้านบุคลากร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความรู้วิจัยเรื่องการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ในกรุงเทพมหานคร โดยได้มีการดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (โครงสร้างแบบสอบถาม)
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเททซ์น็ด วันเอ็กซ์) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบขนาดจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยผู้วิจัยจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีดังนี้

1.1 การคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากร (Sample size) โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ได้จำนวนขนาดของตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง โดยเผื่อการสูญเสียของแบบสอบถาม 5% คือจำนวน 20 ตัวอย่าง ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดในการวิจัย คือ จำนวน 405 ตัวอย่าง วิธีการคำนวณจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จึงคำนวณโดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545:26)

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

โดยที่ n = จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

Z = ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความมั่นใจ 95% (ระดับ 0.05)

E = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดส่วนของประชากร เท่ากับ .05 ต้องการระดับความมั่นใจ 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% ดังนั้น

$$n = \frac{1.96^2}{4*(0.05)^2}$$

$$n = 385$$

แต่เนื่องจากการเก็บแบบสอบถามบางอย่างอาจเกิดความไม่สมบูรณ์ จึงคำนวณสำรองเผื่อไว้ 5.2 % ดังนั้น

$$n = 385 * 0.052$$

$$n = 20$$

ดังนั้นรวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 405 ตัวอย่าง

1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

โดยพิจารณาบุคคลที่จะเลือกขึ้นมาทำการศึกษานั้นมีความครอบคลุมรายละเอียดข้อมูล สามารถเป็นตัวแทนที่ดีแก่ผู้วิจัยได้ มีคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างคือ เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ Hutch ที่เข้ามาใช้บริการในร้านของ Hutch Shop ทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร

1.3 ผู้วิจัยจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา (Quota Sampling)

โดยการแบ่งจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดด้วยจำนวนที่เท่า ๆ กัน สำหรับสอบถามกลุ่มตัวอย่างของร้านของ Hutch Shop ทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร จำนวน 15 สาขา คือ สาขาอาคาร IFCT สาขาเซ็นทรัลปิ่นเกล้า สาขาเซ็นทรัลลาดพร้าว สาขาเซ็นทรัลบางนา สาขาเดอะมอลล์บางกะปิ สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน สาขาเดอะมอลล์ท่าพระ สาขาเดอะมอลล์บางแค สาขาเดอะมอลล์รามคำแหง สาขาสยามสแควร์ สาขาอาคารยูไนเต็ดยูนิลีค สาขาซีคอนสแควร์ สาขาอิมพีเรียลเวิร์ลสำโรง สาขาฟิวเจอร์ปาร์คบางแค และ สาขามานูญครอง ซึ่งจะสุ่มสาขาละ 27 ตัวอย่าง ทั้งหมด 15 สาขา รวมเป็นจำนวน 405 ตัวอย่าง

1.4 ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

จนกระทั่งได้จำนวนตัวอย่างครบสมบูรณ์ทั้งสิ้น 405 ตัวอย่าง และจากการเก็บข้อมูลมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 382 คน คิดเป็นร้อยละ 94.32 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค จากตำรา เอกสาร ต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร, การรับรู้, การรับรู้ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจากการใช้บริการในการใช้โทรศัพท์มือถือระบบ CDMA 2000 1X (ภายใต้แบรนด์ "ฮัทช์") แบบสอบถาม ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะปลายปิด จำนวน 5 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชาย และ เพศหญิง ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท นามกำหนด (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนดช่วงอายุ ดังนี้

- ไม่เกิน 19 ปี
- 20-29 ปี
- 30-39 ปี
- 40-49 ปี
- 50 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนด ช่วงดังนี้

- ไม่เกินระดับมัธยมปลาย
- ระดับปริญญาตรี
- ระดับปริญญาโท
- สูงกว่าระดับปริญญาโท

ข้อที่ 4 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภท นามกำหนด (Nominal Scale) ได้แก่

- นักเรียน / นักศึกษา
- พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน
- รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

ข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน ระดับข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) มีการกำหนดช่วง รายได้คือ

- ไม่เกิน 5,000 บาท
- 5,001 – 15,000 บาท
- 15,001 – 25,000 บาท
- 25,001 – 35,000 บาท
- 35,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้ของผู้ใช้บริการจากการใช้บริการจำนวน 16 ข้อ และระดับการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับรู้ได้จำนวน 16 ข้อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) เพื่อใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้โทรศัพท์มือถือระบบ CDMA 2000 1X (ภายใต้แบรนด์ "อิทซ์") เป็นแบบสอบถามในแบบ Likert Scale การให้น้ำหนักคะแนนแบ่งเป็น 5 ลำดับคะแนน ดังนี้

- ระดับที่ 5 หมายถึง มากที่สุด
- ระดับที่ 4 หมายถึง มาก
- ระดับที่ 3 หมายถึง ปานกลาง
- ระดับที่ 2 หมายถึง น้อย
- ระดับที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

โดยลักษณะคำถามมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กระบวนการ (Process)

- การให้ข้อมูลข่าวสารและให้คำแนะนำจากทางร้าน อย่างเป็นระบบ เข้าใจง่าย
- ขั้นตอนการให้บริการในการขาย มีระเบียบชัดเจน
- ขั้นตอนการการชำระค่าใช้จ่ายมีความ สะดวก
- ขั้นตอนการการชำระค่าใช้จ่ายมีความ รวดเร็ว
- ขั้นตอนการการชำระค่าใช้จ่าย มีความ ถูกต้อง
- ขั้นตอนการส่งมอบเครื่องที่มีการซ่อมแซมบำรุงรักษา มีความ เรียบร้อยดี
- ขั้นตอนการส่งมอบเครื่องที่มีการซ่อมแซมบำรุงรักษา ตรงเวลาตามที่ได้นัดหมายไว้

ลักษณะทางกายภาพการบริการ (Physical Evidence)

- ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจที่มีความทันสมัย
- ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง
- พื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาด สบายตา
- การตกแต่งภายในสถานที่ศูนย์บริการมีความแปลกใหม่

พนักงาน (People)

- พนักงานมีความสามารถในการให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย
- พนักงานมีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี
- พนักงานมีการกล่าวต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาในศูนย์บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม
- พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี
- พนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้าเป็นอย่างดี

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการในการใช้โทรศัพท์มือถือระบบ CDMA 2000 1X (ภายใต้แบรนด์ “ฮัทช์”) ของผู้ให้บริการจากการใช้บริการจำนวน 16 ข้อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Interval Scale) เพื่อใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้โทรศัพท์มือถือระบบ CDMA 2000 1X (ภายใต้แบรนด์ “ฮัทช์”) เป็นแบบสอบถามในแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) การให้น้ำหนักคะแนนแบ่งเป็น 5 ลำดับคะแนน ดังนี้

- ระดับที่ 5 หมายถึง มากที่สุด
- ระดับที่ 4 หมายถึง มาก
- ระดับที่ 3 หมายถึง ปานกลาง
- ระดับที่ 2 หมายถึง น้อย
- ระดับที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

โดยลักษณะคำถามมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ

กระบวนการ (Process)

- การให้ข้อมูลข่าวสารและให้คำแนะนำจากทางร้าน อย่างเป็นระบบ เข้าใจง่าย
- ขั้นตอนการให้บริการในการขาย มีระเบียบชัดเจน
- ขั้นตอนการการชำระค่าใช้จ่ายมีความ สะดวก
- ขั้นตอนการการชำระค่าใช้จ่ายมีความ รวดเร็ว
- ขั้นตอนการการชำระค่าใช้จ่าย มีความ ถูกต้อง
- ขั้นตอนการส่งมอบเครื่องที่มีการซ่อมแซมบำรุงรักษา มีความเรียบร้อยดี
- ขั้นตอนการส่งมอบเครื่องที่มีการซ่อมแซมบำรุงรักษา ตรงเวลาตามที่ได้นัดหมายไว้

ลักษณะทางกายภาพการบริการ (Physical Evidence)

- ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจที่มีความทันสมัย
- ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง
- พื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาด สบายตา
- การตกแต่งภายในสถานที่ศูนย์บริการมีความแปลกใหม่

พนักงาน (People)

- พนักงานมีความสามารถในการให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย
- พนักงานมีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี

- พนักงานมีการกล่าวต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาในศูนย์บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม
- พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี
- พนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้าเป็นอย่างดี

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ ความพึงพอใจ การรับรู้บริการ ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามทั้งหมด 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1. แบบสอบถามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะคำถามเป็นปลายปิด

ส่วนที่ 2. แบบสอบถามระดับความคาดหวังจากการบริการจำนวน 12 ข้อ และระดับผลการบริการที่ได้รับจำนวน 12 ข้อ เป็นแบบสอบถามในแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือกดังนี้

ระดับคะแนนความคาดหวัง

คะแนน 5 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังจากการบริการมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังจากการบริการมาก

คะแนน 3 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังจากการบริการปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังจากการบริการน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังจากการบริการน้อยที่สุด

ระดับคะแนนผลการรับรู้จากบริการที่ได้รับ

คะแนน 5 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการมาก

คะแนน 3 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการจำนวน 12 ข้อ เป็นแบบสอบถามในแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือกดังนี้

ระดับคะแนนความพึงพอใจ

- คะแนน 5 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจจากการบริการมากที่สุด
- คะแนน 4 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจจากการบริการมาก
- คะแนน 3 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจจากการบริการปานกลาง
- คะแนน 2 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจจากการบริการน้อย
- คะแนน 1 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจจากการบริการน้อยที่สุด

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) และแนะนำข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปหาคุณภาพโดยไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อนำไปหาความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของ ครอนบาค (Cronbach) และปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งเน้นศึกษาถึงการรับรู้และผลการบริการที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเท้าซันด์วันเอ็กซ์) ในกรุงเทพมหานคร

1. ศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร หนังสือ ตำราวิชาการ บทความ และผลงานวิจัยที่มีผู้รวบรวมไว้ก่อน
2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 405 คน โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้
 - 2.1 ขอจดหมายจากทางบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
 - 2.2 ดำเนินการเก็บข้อมูลจากร้าน Hutch Shop ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 15 สาขา
 - 2.3 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล จัดทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงเดือนกันยายนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2547

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้นำแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมมาแล้ว ได้มีการดำเนินการที่จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บได้ดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบข้อมูลโดยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม
2. การลงรหัส โดยการนำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส

3. นำข้อมูลของคำถามในส่วนที่ 1 ของแบบสอบถาม ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ข้อคำถามในส่วนที่ 2 ในเรื่องระดับการรับรู้จากการใช้บริการและระดับบริการที่รับรู้ได้ มาวิเคราะห์ด้วยค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อและเป็นผลรวม
4. การทดสอบข้อสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 ที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้จากการใช้บริการและมีผลต่อบริการที่รับรู้ได้ที่แตกต่างกัน วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงอนุมานโดยใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงอนุมานความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม
5. การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น (มัลลิกานูนนาค 2537:9)

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

เกณฑ์การแปรความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	ระดับความคาดหวัง “มากที่สุด”	ระดับผลการบริการที่ได้รับ “ดีที่สุด”
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	ระดับความคาดหวัง “มาก”	ระดับผลการบริการที่ได้รับ “ดี”
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	ระดับความคาดหวัง “ปานกลาง”	ระดับผลการบริการที่ได้รับ “ปานกลาง”
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	ระดับความคาดหวัง “น้อย”	ระดับผลการบริการที่ได้รับ “ไม่ดี”
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	ระดับความคาดหวัง “น้อยที่สุด”	ระดับผลการบริการที่ได้รับ “ไม่ดีที่สุด”

6. ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

7.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตรดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ค่าร้อยละ} &= \frac{\text{จำนวนข้อมูลที่เก็บได้}}{\text{จำนวนตัวอย่าง}} \times 100
 \end{aligned}$$

$$\text{ค่าเฉลี่ยเลขคณิต} = \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ } \bar{X} &= \text{ค่าเฉลี่ย} \\ \sum X_i &= \text{ผลรวมของข้อมูลที่เก็บได้ทั้งหมด} \\ n &= \text{จำนวนตัวอย่าง} \end{aligned}$$

$$\text{ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน} = S = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ } S &= \text{ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง} \\ n &= \text{จำนวนตัวอย่าง} \\ \sum X^2 &= \text{ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวที่ยกกำลังสอง} \\ (\sum X)^2 &= \text{ผลรวมคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง} \end{aligned}$$

7.2 การวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ หากค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถามมาตรฐาน
ส่วนประมาณค่าโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ของ
(Cronbach)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ } \alpha &= \text{ค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม} \\ n &= \text{จำนวนตัวอย่าง} \\ \sum S_i^2 &= \text{ผลรวมของความแปรปรวนของ} \\ &\text{ชุดคำถามที่ยกกำลังสอง} \end{aligned}$$

7.3 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) หรือ เชิง
ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบแบบ t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน
ที่ว่าผู้ใช้บริการมีการรับรู้จากการบริการสูงกว่าบริการที่รับรู้ได้ โดยใช้สถิติ

Dependent Sample t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95
ดังนี้

$$t = \frac{\sum D}{\sqrt{\frac{n \sum D^2 - (\sum D)^2}{(n-1)}}}$$

เมื่อ $\sum D$ = ผลต่างระหว่างข้อมูลแต่ละคู่
n = จำนวนประชากร

8. ค่า ANOVA (One Way Analysis of Variance) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ว่าลักษณะประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้จากการใช้บริการและผลการบริการที่ได้รับที่แตกต่างกันโดยใช้สูตร F-test

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F = ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F - distribution
n = จำนวนประชากร

MS_b = ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม

MS_w = ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม

df = ชั้นแห่งความเป็นอิสระได้แก่ ระหว่างกลุ่ม(k-1),
ภายในกลุ่ม (n-k)

9. การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) (กัลยา วาณิชย์ บัญชา 2545:293) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ว่า ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินคุณภาพบริการกับความพึงพอใจโดยรวม

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + e$$

เมื่อ β_0 = ค่าคงที่ หรือ จุดตัดแกนตั้งของเส้นการถดถอย

β_1 = ความลาดชัน (Slope) ของเส้นการถดถอยหรือ
สัมประสิทธิ์การถดถอย (Coefficient of Regression)

e = ความคลาดเคลื่อน e เป็นตัวแปรที่มีการ แจกแจงปกติ
ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเป็นศูนย์ คือ $E(e) = 0$

X = ตัวแปรอิสระ

Y = ตัวแปรตาม

สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of Determination : R)

R = ค่าที่อธิบายว่าความผันแปรทั้งหมดของตัวแปรตามมีสาเหตุมาจากตัวแปร
อิสระกี่ % โดยที่ $0 \leq R \leq 1$

ค่า R เป็น - แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

ค่า R เป็น + แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกัน

ถ้า R มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมี
ความสัมพันธ์กันมาก

ถ้า R มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมี
ความสัมพันธ์กันมาก

ถ้า R มีค่าเข้าใกล้ 0 หมายถึง x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์เรื่องการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้แบ่งการผลวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 6 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อสารความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
P	แทน	ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ
E	แทน	ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS_b	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean square between groups)
MS_w	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean square within groups)
SS_b	แทน	ผลรวมของกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Mean square between groups)
SS_w	แทน	ผลรวมของกำลังสองภายในกลุ่ม (Mean square within groups)
LSD	แทน	ค่าผลต่อนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่ม i และ j

MSE	แทน	แทนค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์
		ความแปรปรวน
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 6 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 และ 3 วิเคราะห์ระดับความคาดหวัง, การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้รับบริการโดยหาค่าเฉลี่ย (Means) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- ตอนที่ 4 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ
- ตอนที่ 5 วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ
- ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการใช้ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็ม เอ ทูเทาซันด์ วันเอ็กซ์ โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการเปรียบเทียบพหุคูณโดยวิธีทดสอบนัยสำคัญของความแตกต่างน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2543:161)

- 1.1 อายุมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแตกต่างกันในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาซันด์ วันเอ็กซ์
- 1.2 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแตกต่างกันในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาซันด์ วันเอ็กซ์
- 1.3 อาชีพมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแตกต่างกันในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาซันด์ วันเอ็กซ์
- 1.4 รายได้มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแตกต่างกันในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาซันด์ วันเอ็กซ์

2. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทู เทาซันด์ วันเอ็กซ์ โดยใช้ความ

แปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการเปรียบเทียบพหุคูณโดยวิธีทดสอบนัยสำคัญของความแตกต่างน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2543::161)

2.1 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์

2.2 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์

2.3 อาชีพมีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์

2.4 รายได้มีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์

3. ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์ โดยใช้สถิติ การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545::293)

3.1 ด้านกระบวนการ ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์

3.2 ด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์

3.3 ด้านพนักงาน ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์

3.4 ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์เรื่องการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้แบ่งการผลวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 6 ตอน ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาและ อาชีพ มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ จากการเก็บข้อมูลมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 382 คน มีผลดังนี้

ตาราง 1 จำนวนคนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะของผู้รับบริการที่ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. อายุ		
· ไม่เกิน 19 ปี	8	2.09
· 20 -29 ปี	185	48.43
· 30 -39 ปี	112	29.32
· 40 -49 ปี	52	13.61
· 50 ปีขึ้นไป	9	2.36
<u>รวม</u>	366	100.0
2. ระดับการศึกษา		
· ไม่เกินระดับมัธยมปลาย	8	2.09
· ระดับปริญญาตรี	289	75.65
· ระดับปริญญาโท	80	20.94
· สูงกว่าระดับปริญญาโท	5	1.31
<u>รวม</u>	382	100.0
3. อาชีพ		
· นักเรียน / นักศึกษา	50	13.09
· พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	87	22.77
· รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	160	41.88
· ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	85	22.25
<u>รวม</u>	382	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะของผู้รับบริการที่ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
4. รายได้ต่อเดือน		
· ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	50	13.09
· 5,001 - 15,000 บาท	87	22.77
· 15,001 - 25,000 บาท	160	41.88
· 25,001 - 35,000 บาท	85	22.25
· 35,001 บาท	50	13.09
<u>รวม</u>	382	100.0

จากตาราง 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะดังนี้

1. อายุ เมื่อพิจารณาตามอายุจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 366 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปีคือมีจำนวน 185 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 48.43 รองลงมาคืออายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีจำนวน 112 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 29.32 และอายุระหว่าง 40 – 49 ปี มีจำนวน 52 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 13.61

2. ระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 382 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คือมีจำนวน 289 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 75.65 รองลงมาคือระดับการศึกษาระดับปริญญาโท มีจำนวน 80 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.94 และไม่เกินระดับมัธยมปลายมีจำนวน 8 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.09

3. อาชีพ เมื่อพิจารณาตามกลุ่มอาชีพจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 382 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวน 160 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 41.88 รองลงมาคืออาชีพ พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีจำนวน 87 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.77 และ อาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย มีจำนวน 85 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.25

4. รายได้ เมื่อพิจารณาตามระดับรายได้จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 382 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 15,001 - 25,000 บาทคือมีจำนวน 160 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 41.88 รองลงมาคือ ระดับรายได้ 5,001 - 15,000 บาทมีจำนวน 87 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.77 และระดับรายได้ 25,001 - 35,000 บาทมีจำนวน 85 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.25

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ และด้านพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ย (Means) ของระดับความคาดหวังแต่ละด้านดังนี้

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคาดหวังทางด้านกระบวนการ

เกณฑ์ในการประเมินความคาดหวังการบริการด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคาดหวัง
1. กระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นระบบ	3.27	1.06	ปานกลาง
2. กระบวนการขายที่มีระเบียบชัดเจน	2.93	1.15	ปานกลาง
3. กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่สะดวก	3.18	1.30	ปานกลาง
4. กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่รวดเร็ว	3.04	1.18	ปานกลาง
5. กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่ถูกต้อง	3.23	1.18	ปานกลาง
6. กระบวนการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซมบำรุงรักษา มีความเรียบร้อยดี	2.98	1.14	ปานกลาง
7. กระบวนการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซมบำรุงรักษาตรงตามเวลาที่ได้นัดหมาย	2.75	1.11	ปานกลาง
รวม	3.05	0.77	ปานกลาง

จากตาราง 2 พบว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 3.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในทุกเรื่องในระดับปานกลางโดยมีความคาดหวังด้านกระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นระบบ มากที่สุด รองลงมาคือ กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่ถูกต้อง และมีความคาดหวังน้อยที่สุดต่อกระบวนการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซมบำรุงรักษาตรงตามเวลาที่ได้นัดหมาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27, 3.23 และ 2.75 ตามลำดับ

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคาดหวังทางด้านลักษณะกายภาพด้านการบริการ

เกณฑ์ในการประเมินความคาดหวังการบริการด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคาดหวัง
1 ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจที่ทันสมัย	3.27	1.06	มาก

ตาราง 3 (ต่อ)

เกณฑ์ในการประเมินความคาดหวังการบริการด้านลักษณะ ทางกายภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคาดหวัง
2 ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	2.93	1.15	ปานกลาง
3 พื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาดสบายตา	3.18	1.30	ปานกลาง
4 การตกแต่งภายในสถานที่ที่มีความแปลกใหม่	3.04	1.18	ปานกลาง
รวม	3.11	1.17	ปานกลาง

จากตาราง 3 พบว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการด้านลักษณะกายภาพการบริการโดยรวมอยู่ระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 3.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังเรื่องศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจที่ทันสมัยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ในขณะที่มีความคาดหวังเรื่องอื่นในระดับปานกลางคือ พื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาดสบายตา, การตกแต่งภายในสถานที่ที่มีความแปลกใหม่และศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18, 3.04 และ 2.93 ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคาดหวังทางด้านพนักงาน

เกณฑ์ในการประเมินความคาดหวังการบริการด้าน พนักงาน	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคาดหวัง
1 พนักงานให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย	3.15	0.98	ปานกลาง
2 พนักงานดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า	2.73	1.07	ปานกลาง
3 พนักงานมีการกล่าวต้อนรับด้วยความสุภาพ	2.94	1.23	ปานกลาง
4 พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	2.59	1.16	น้อย
5 พนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้า	3.29	1.16	ปานกลาง
รวม	2.94	0.82	ปานกลาง

จากตาราง 4 พบว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการด้านพนักงานโดยรวมอยู่ระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 2.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังในเรื่องพนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 ในขณะที่มีความคาดหวังเรื่องอื่นในระดับปานกลาง คือพนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้า, พนักงานให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย, พนักงานมีการกล่าวต้อนรับด้วยความสุภาพ และ พนักงานดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้าโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29, 3.15, 2.94 และ 2.73 ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคาดหวังโดยรวมทางด้านกระบวนการ, ด้านลักษณะกายภาพการบริการ และ ด้านพนักงาน

เกณฑ์ในการประเมินความคาดหวังการบริการ โดยรวมทางด้าน	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคาดหวัง
1. กระบวนการ	2.94	0.82	ปานกลาง
2. ลักษณะทางกายภาพ	3.13	0.74	ปานกลาง
3. พนักงาน	3.03	0.81	ปานกลาง
รวม	3.08	0.70	ปานกลาง

จากตาราง 5 พบว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังโดยรวมต่อคุณภาพการบริการอยู่ระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 3.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังทุกเรื่องในระดับปานกลางโดยมีความคาดหวังโดยรวมด้านลักษณะทางกายภาพการบริการมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงาน และมีความคาดหวังโดยรวมน้อยที่สุดคือ กระบวนการโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13, 3.03 และ 2.94 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ และด้านพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ย (Means) ของระดับการรับรู้แต่ละด้านดังนี้

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ทางด้านกระบวนการ

เกณฑ์ในการประเมินการรับรู้การบริการด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับการรับรู้
1. กระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นระบบ	2.82	1.15	ปานกลาง
2. กระบวนการขายที่มีระเบียบชัดเจน	3.09	1.19	ปานกลาง
3. กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่สะดวก	3.13	1.06	ปานกลาง
4. กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่รวดเร็ว	3.19	0.95	ปานกลาง
5. กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่ถูกต้อง	3.45	0.88	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

เกณฑ์ในการประเมินการรับรู้การบริการด้าน กระบวนการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับการรับรู้
6. กระบวนการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซม บำรุงรักษาที่มีความเรียบร้อยดี	3.51	0.84	มาก
7. กระบวนการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซม บำรุงรักษาตรงตามเวลาที่ได้นัดหมาย	3.43	0.89	มาก
รวม	3.13	0.74	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่าผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 3.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ได้ต่อกระบวนการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซมบำรุงรักษาที่มีความเรียบร้อยดี, กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่ถูกต้อง และกระบวนการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซมบำรุงรักษาตรงตามเวลาที่ได้นัดหมาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51, 3.45 และ 3.43 ตามลำดับ ในขณะที่มีการรับรู้เรื่องอื่นในระดับปานกลาง คือ กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่รวดเร็ว, กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่สะดวก, กระบวนการขายที่มีระเบียบชัดเจน และ กระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นระบบ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19, 3.13, 3.09 และ 2.82 ตามลำดับ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ทางด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ

เกณฑ์ในการประเมินการรับรู้การบริการด้านลักษณะทาง กายภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับการรับรู้
1 ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจที่ทันสมัย	3.23	0.97	ปานกลาง
2 ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	3.34	0.92	ปานกลาง
3 พื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาดสบายตา	3.32	0.84	ปานกลาง
4 การตกแต่งภายในสถานที่ที่มีความแปลกใหม่	3.38	0.79	ปานกลาง
รวม	3.31	0.88	ปานกลาง

จากตาราง 7 พบว่าผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 3.31 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ในทุกเรื่องในระดับปานกลางโดยมีการรับรู้ด้านการตกแต่งภายในสถานที่ที่มีความแปลกใหม่, ศูนย์บริการ

ตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง และ ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจที่ทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38, 3.34 และ 3.23 ตามลำดับ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ทางด้านพนักงาน

เกณฑ์ในการประเมินการรับรู้การบริการด้านพนักงาน	$\bar{X}$	S.D	ระดับการรับรู้
1 พนักงานให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย	3.23	0.80	ปานกลาง
2 พนักงานดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า	3.21	0.83	ปานกลาง
3 พนักงานมีการกล่าวต้อนรับด้วยความสุภาพ	3.24	0.82	ปานกลาง
4 พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	3.18	0.85	ปานกลาง
5 พนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้า	3.26	0.85	ปานกลาง
รวม	3.22	0.83	ปานกลาง

จากตาราง 8 พบว่าผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านพนักงานโดยรวมอยู่ระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 3.22 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ทุกเรื่องในระดับปานกลางโดยมีการรับรู้ด้านพนักงานที่มีไมตรีจิตต่อลูกค้า, พนักงานมีการกล่าวต้อนรับด้วยความสุภาพ, พนักงานให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่ายและพนักงานดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26, 3.24, 3.23, 3.21 และ 3.18 ตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้โดยรวมทางด้านกระบวนการ, ด้านลักษณะกายภาพการบริการ และ ด้านพนักงาน

เกณฑ์ในการประเมินการรับรู้การบริการ โดยรวมทางด้าน	$\bar{X}$	S.D	ระดับการรับรู้
1. กระบวนการ	2.98	0.73	ปานกลาง
2. ลักษณะทางกายภาพ	3.13	0.75	ปานกลาง
3. พนักงาน	2.91	0.81	ปานกลาง
รวม	3.01	0.76	ปานกลาง

จากตาราง 9 พบว่าผู้ใช้บริการมีการรับรู้โดยรวมต่อคุณภาพการบริการอยู่ระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 3.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้โดยรวมทุกเรื่องอยู่

ระดับปานกลางโดยการรับรู้ด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ, กระบวนการ และ พนักงานโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13, 2.98 และ 2.91 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (E) และการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ (P)

ลักษณะการเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับ ระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ (Expectation) และระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ (Perception) โดยนำผลจากข้อมูลทั้งสองมาหาค่าความแตกต่างในค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตาราง 10 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (E) และการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการทาง (P) ด้านกระบวนการ

เกณฑ์ในการประเมินความพึงพอใจการบริการ	P	E	(P - E)	คุณภาพการบริการ
1. กระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นระบบ	2.817	3.270	(0.45)	น้อยกว่าที่คาดหวัง
2. กระบวนการขายที่มีระเบียบชัดเจน	3.086	2.932	0.150	มากกว่าที่คาดหวัง
3. กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่สะดวก	3.128	3.181	(0.05)	น้อยกว่าที่คาดหวัง
4. กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่รวดเร็ว	3.186	3.045	0.140	มากกว่าที่คาดหวัง
5. กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่ถูกต้อง	3.450	3.225	0.230	มากกว่าที่คาดหวัง
6. กระบวนการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซมบำรุงรักษามีความเรียบร้อยดี	3.505	2.979	0.530	มากกว่าที่คาดหวัง
7. กระบวนการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซมบำรุงรักษาตรงตามเวลาที่ได้นัดหมาย	3.429	2.754	0.680	มากกว่าที่คาดหวัง
รวม	3.230	3.050	0.180	มากกว่าที่คาดหวัง

จากตาราง 10 พบว่าผู้ใช้บริการคิดว่าบริการโดยรวมที่ได้รับมีคุณภาพมากกว่าที่คาดหวังมีค่าเท่ากับ .180 แต่เมื่อพิจารณารายด้านพบว่ามี 2 ด้านที่ผู้ใช้บริการคิดว่าได้รับบริการน้อยกว่าที่คาดหวังได้แก่ กระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นระบบ และ กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่สะดวก

ตาราง 11 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (E) และการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการทาง (P) ทางด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ

เกณฑ์ในการประเมินความพึงพอใจการบริการ	P	E	(P - E)	คุณภาพการบริการ
1 ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจที่ทันสมัย	3.23	3.47	(0.24)	น้อยกว่าที่คาดหวัง
2 ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	3.34	3.17	0.16	มากกว่าที่คาดหวัง
3 พื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาดสบายตา	3.32	3.30	0.02	ไม่แตกต่าง
4 การตกแต่งภายในสถานที่มีความแปลกใหม่	3.38	3.31	0.07	มากกว่าที่คาดหวัง
รวม	3.32	3.31	0.001	ไม่แตกต่าง

จากตาราง 11 พบว่าผู้ใช้บริการคิดว่าบริการโดยรวมที่ได้รับมีคุณภาพเท่ากับที่คาดหวังมีค่าเท่ากับ .001 แต่เมื่อพิจารณารายด้านพบว่ามี 2 ด้านที่ผู้ใช้บริการคิดว่าได้รับบริการมากกว่าที่คาดหวังได้แก่ ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทางและ การตกแต่งภายในสถานที่มีความแปลกใหม่ ในขณะที่ผู้ใช้บริการคิดว่าได้รับบริการน้อยกว่าที่คาดหวังคือศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจที่ทันสมัย และ ที่ได้รับมีคุณภาพเท่ากับที่คาดหวังคือพื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาดสบายตา

ตาราง 12 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (E) และการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการทาง (P) ทางด้านพนักงาน

เกณฑ์ในการประเมินความพึงพอใจการบริการ	P	E	(P - E)	คุณภาพการบริการ
1 พนักงานให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย	3.23	3.15	0.08	มากกว่าที่คาดหวัง
2 พนักงานดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า	3.21	2.73	0.48	มากกว่าที่คาดหวัง
3 พนักงานมีการกล่าวต้อนรับด้วยความสุภาพ	3.24	2.94	0.30	มากกว่าที่คาดหวัง
4 พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	3.18	2.59	0.59	มากกว่าที่คาดหวัง
5 พนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้า	3.26	3.29	(0.03)	น้อยกว่าที่คาดหวัง
รวม	3.23	2.94	0.29	มากกว่าที่คาดหวัง

จากตาราง 12 พบว่าผู้ใช้บริการคิดว่าบริการโดยรวมที่ได้รับมีคุณภาพมากกว่าที่คาดหวังมีค่าเท่ากับ .29 แต่เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มี 4 ด้านที่ผู้ใช้บริการคิดว่าได้รับบริการมากกว่าที่คาดหวังได้แก่ พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า, พนักงานดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า, พนักงานมีการกล่าวต้อนรับด้วยความสุภาพ และ พนักงานให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย ในขณะที่ผู้ใช้บริการคิดว่าได้รับบริการน้อยกว่าที่คาดหวังคือ พนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้า

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ และด้านพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ย (Means) ของระดับความพึงพอใจแต่ละด้านดังนี้

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจทางด้านกระบวนการ

เกณฑ์ในการประเมินความพึงพอใจการบริการด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. กระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นระบบ	2.95	0.887	ปานกลาง
2. กระบวนการขายที่มีระเบียบชัดเจน	3.07	0.955	ปานกลาง
3. กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่สะดวก	3.09	1.017	ปานกลาง
4. กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่รวดเร็ว	2.96	1.030	ปานกลาง
5. กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่ถูกต้อง	3.02	0.995	ปานกลาง
6. กระบวนการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซมบำรุงรักษามีความเรียบร้อยดี	2.73	0.906	ปานกลาง
7. กระบวนการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซมบำรุงรักษาตรงตามเวลาที่ได้นัดหมาย	2.56	0.922	น้อย
รวม	2.91	0.950	ปานกลาง

จากตาราง 13 พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 2.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในเรื่องกระบวนการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซมบำรุงรักษาตรงตามเวลาที่ได้นัดหมายในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 ในขณะที่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการเรื่องอื่นในระดับปานกลาง คือ มีกระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่สะดวก กระบวนการขายที่มีระเบียบชัดเจน กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่ถูกต้อง กระบวนการชำระค่าใช้จ่ายที่รวดเร็ว กระบวนการให้

ข้อมูลข่าวสารที่เป็นระบบ และ กระบวนการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซมบำรุงรักษามีความเรียบร้อยดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09, 3.07, 3.02, 2.96, 2.95 และ 2.73 ตามลำดับ

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจทางด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ

เกณฑ์ในการประเมินความพึงพอใจการบริการด้าน ลักษณะทางกายภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1 ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจที่ทันสมัย	3.06	0.93	ปานกลาง
2 ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	2.98	0.968	ปานกลาง
3 พื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาดสบายตา	2.99	0.945	ปานกลาง
4 การตกแต่งภายในสถานที่ที่มีความแปลกใหม่	3.02	0.932	ปานกลาง
รวม	3.01	0.94	ปานกลาง

จากตาราง 14 พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพการบริการโดยรวมอยู่ระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 3.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการทุกเรื่องในระดับปานกลาง คือศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจที่ทันสมัย การตกแต่งภายในสถานที่ที่มีความแปลกใหม่ พื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาดสบายตา และศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06, 3.02, 2.99 และ 2.98 ตามลำดับ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจทางด้านพนักงาน

เกณฑ์ในการประเมินความพึงพอใจการบริการด้าน พนักงาน	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1 พนักงานให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย	2.85	0.88	ปานกลาง
2 พนักงานดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า	2.67	0.93	ปานกลาง
3 พนักงานมีการกล่าวต้อนรับด้วยความสุภาพ	2.85	1.00	ปานกลาง
4 พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	2.58	0.95	น้อย
5 พนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้า	3.08	0.98	ปานกลาง
รวม	2.81	0.95	ปานกลาง

จากตาราง 15 พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการด้านพนักงานโดยรวมอยู่ระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 2.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในเรื่องพนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 ในขณะที่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการเรื่องอื่นในระดับปานกลาง คือ พนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้า พนักงานมีการกล่าวต้อนรับด้วยความสุภาพ พนักงานให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย และ พนักงานดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08, 2.85, 2.85, และ 2.67 ตามลำดับ

ตาราง 16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (E) และการรับรู้ (P) และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ และด้านพนักงาน โดยผลดังนี้

เกณฑ์ในการประเมินการบริการโดยรวมทางด้าน	ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของ (P-E)	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการ
1. กระบวนการ	0.180 (มากกว่าที่คาดหวัง)	2.91 (ปานกลาง)
2. ลักษณะทางกายภาพ	0.001 (ไม่แตกต่าง)	3.01 (ปานกลาง)
3. พนักงาน	0.290 (มากกว่าที่คาดหวัง)	2.81 (ปานกลาง)
รวม	0.156 (มากกว่าที่คาดหวัง)	2.90 (ปานกลาง)

จากตาราง 16 พบว่าค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (E) และการรับรู้ (P) และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับ มีค่ามากกว่าที่คาดหวัง และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าลักษณะทางกายภาพการบริการมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (E) และการรับรู้ (P) อยู่ในระดับไม่แตกต่าง แต่ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทซันด์ วันเอ็กซ์ โดยเปรียบเทียบความสัมพันธ์ตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อความคาดหวังในการใช้บริการ โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการเปรียบเทียบพหุคูณโดยวิธีทดสอบนัยสำคัญของความแตกต่างน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) ดังนี้

1.1 สมมติฐานวิจัย: อายุมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทซันด์ วันเอ็กซ์
การทดสอบสมมติฐานนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

Ho : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มอายุมีความคาดหวังต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกัน

H1 : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มอายุมีความคาดหวังต่อบริการของ Hutch อย่างน้อยสองกลุ่มที่แตกต่างกัน

ตาราง 17 เปรียบเทียบความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามอายุ

เกณฑ์การประเมิน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3.039912	4	0.759978	1.280387	0.277229
	ภายในกลุ่ม	214.2728	361	0.593553		
	รวม	217.3127	365			
ลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5.962388	4	1.490597	2.193803	0.069215
	ภายในกลุ่ม	245.2844	361	0.679458		
	รวม	251.2468	365			
พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	6.536552	4	1.634138	2.419378	0.0582
	ภายในกลุ่ม	243.8328	361	0.675437		
	รวม	250.3694	365			

ตาราง 17 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
คาดหวังโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.64811	4	1.162028	2.407527	0.059132
	ภายในกลุ่ม	174.2419	361	0.482665		
	รวม	178.89	365			

จากตาราง 17 แสดงว่าผู้รับบริการทุกกลุ่มอายุมีความคาดหวังโดยรวมและรายด้านต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในด้านกระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ พนักงาน และความคาดหวังโดยรวมพบว่า มีระดับนัยสำคัญมีค่าเท่ากับ .277, .069, .058 และ .059 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อบริการของ Hutch ของทุกกลุ่มอายุไม่แตกต่างกันทั้งโดยรวมและรายด้าน

- 1.2 สมมติฐานวิจัย: ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทซันด์ วันเอ็กซ์การทดสอบสมมติฐานนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way Analysis of Variance) และมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มระดับการศึกษามีความคาดหวังต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มระดับการศึกษามีความคาดหวังต่อบริการของ Hutch อย่างน้อยสองกลุ่มที่แตกต่างกัน

ตาราง 18 เปรียบเทียบความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามระดับการศึกษา

เกณฑ์การประเมิน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.453549	3	0.81785	1.379707	0.248582
	ภายในกลุ่ม	224.0672	378	0.59277		
	รวม	226.5207	381			

ตาราง 18 (ต่อ)

เกณฑ์การ ประเมิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5.338846	3	1.779615	2.651374	0.068515
	ภายในกลุ่ม	253.7155	378	0.671205		
	รวม	259.0543	381			
พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	4.591541	3	1.530514	2.287957	0.078163
	ภายในกลุ่ม	252.8606	378	0.668943		
	รวม	257.4521	381			
คาดหวังโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.231958	3	1.077319	2.237957	0.083424
	ภายในกลุ่ม	181.9635	378	0.481385		
	รวม	185.1955	381			

จากตาราง 18 แสดงว่าผู้รับบริการทุกกลุ่มระดับการศึกษามีความคาดหวังโดยรวมและรายด้านต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในด้านกระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ พนักงาน และ ความคาดหวังโดยรวมพบว่า มีระดับนัยสำคัญมีค่าเท่ากับ .248, .068 .078 และ .083 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อบริการของ Hutch ของทุกกลุ่มระดับการศึกษาไม่แตกต่างกันทั้งโดยรวมและรายด้าน

1.3 สมมติฐานวิจัย: อาชีพมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์การทดสอบสมมติฐานนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มอาชีพมีความคาดหวังต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกัน
 H_1 : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มอาชีพมีความคาดหวังต่อบริการของ Hutch อย่างน้อยสองกลุ่มที่แตกต่างกัน

ตาราง 19 เปรียบเทียบความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

เกณฑ์การ ประเมิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.548439	3	0.182813	0.305804	0.8212
	ภายในกลุ่ม	225.9723	378	0.59781		
	รวม	226.5207	381			
ลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.614827	3	0.871609	1.28478	0.279281
	ภายในกลุ่ม	256.4395	378	0.678411		
	รวม	259.0543	381			
พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.738671	3	0.246224	0.362554	0.780084
	ภายในกลุ่ม	256.7135	378	0.679136		
	รวม	257.4521	381			
คาดหวังโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.8845	3	0.294833	0.604668	0.612315
	ภายในกลุ่ม	184.311	378	0.487595		
	รวม	185.1955	381			

จากตาราง 19 แสดงว่าผู้รับบริการทุกกลุ่มอาชีพมีความคาดหวังโดยรวมและรายด้านต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในด้านกระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ พนักงาน และความคาดหวังโดยรวมพบว่า มีระดับนัยสำคัญมีค่าเท่ากับ .821, .279 .780 และ .612 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อบริการของ Hutch ของทุกกลุ่มอาชีพไม่แตกต่างกันทั้งโดยรวมและรายด้าน

1.4 สมมติฐานวิจัย: ระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการใช้บริการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดี้เอ็มเอ พูเตาซันต์ วันเอ็กซ์การทดสอบสมมติฐานนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มระดับรายได้มีความคาดหวังต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มระดับรายได้มีความคาดหวังต่อบริการของ Hutch อย่างน้อยสองกลุ่มที่แตกต่างกัน

ตาราง 20 เปรียบเทียบความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามระดับรายได้

เกณฑ์การ ประเมิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.852996	4	0.463249	0.777347	0.540438
	ภายในกลุ่ม	224.6677	377	0.595936		
	รวม	226.5207	381			
ลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.328183	4	0.832046	1.22663	0.299009
	ภายในกลุ่ม	255.7261	377	0.678319		
	รวม	259.0543	381			
พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.915741	4	0.228935	0.336438	0.853367
	ภายในกลุ่ม	256.5364	377	0.680468		
	รวม	257.4521	381			
คาดหวังโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.334743	4	0.083686	0.170667	0.953305
	ภายในกลุ่ม	184.8608	377	0.490347		
	รวม	185.1955	381			

จากตาราง 20 แสดงว่าผู้รับบริการทุกกลุ่มระดับรายได้มีความคาดหวังโดยรวมและรายด้านต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในด้านกระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ พนักงาน และความคาดหวังโดยรวมพบว่า มีระดับนัยสำคัญมีค่าเท่ากับ .540, .299 .853 และ .953 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อบริการของ Hutch ของทุกกลุ่มระดับรายได้ไม่แตกต่างกันทั้งโดยรวมและรายด้าน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทู เทาซันด์ วัน เอ็กซี โดยเปรียบเทียบความสัมพันธ์ตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อการรับรู้ในการใช้บริการ โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการเปรียบเทียบพหุคูณโดยวิธีทดสอบนัยสำคัญของความแตกต่างน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) ดังนี้

2.1 สมมติฐานวิจัย: อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทซันด์ วันเอ็กซ์

การทดสอบสมมติฐานนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

Ho : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มอายุมีการรับรู้ต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกัน

H1 : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มอายุมีการรับรู้ต่อบริการของ Hutch อย่างน้อยสองกลุ่มที่แตกต่างกัน

ตาราง 21 เปรียบเทียบการรับรู้ในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามอายุ

เกณฑ์การ ประเมิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3.747542	4	0.936886	1.719275	0.14508
	ภายในกลุ่ม	196.72	361	0.544931		
	รวม	200.4675	365			
ลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	6.881811	4	1.720453	2.621578	0.034702
	ภายในกลุ่ม	236.9121	361	0.656266		
	รวม	243.7939	365			
พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.615812	4	0.653953	1.200049	0.310434
	ภายในกลุ่ม	196.7229	361	0.544939		
	รวม	199.3387	365			
คาดหวังโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.341893	4	0.335473	0.85478	0.491317
	ภายในกลุ่ม	141.6807	361	0.392467		
	รวม	143.0226	365			

จากตาราง 21 แสดงว่าผู้รับบริการทุกกลุ่มอายุมีการรับรู้โดยรวมและรายด้านต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการรับรู้ในด้านกระบวนการ พนักงาน และการรับรู้โดยรวมพบว่า มีระดับนัยสำคัญมีค่าเท่ากับ .145, .310 และ .491 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐาน Ho หมายความว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อบริการของ Hutch ของทุกกลุ่มอายุไม่แตกต่างกันทั้งโดยรวมและรายด้าน แต่เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การรับรู้ด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ มีค่าระดับนัยสำคัญเท่ากับ .034 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่าผู้รับบริการที่กลุ่มอายุระหว่างกลุ่มมีการรับรู้ด้าน

ลักษณะทางกายภาพการบริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ดังนั้นจึงศึกษาความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วยวิธีการทดสอบความแตกต่างอย่างน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) ดังปรากฏผลในตาราง 22

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบการรับรู้ในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามอายุ

	$\bar{X}$	ไม่เกิน 19 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	40 ถึง 49 ปี	50 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 19 ปี	3.715	-	0.027 *	0.019 *	0.041 *	0.401
20 ถึง 29 ปี	3.124	-	-	0.623	0.883	0.251
30 ถึง 39 ปี	3.080	-	-	-	0.626	0.194
40 ถึง 49 ปี	3.141	-	-	-	-	0.307
50 ปีขึ้นไป	3.413	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 แสดงว่าผู้รับบริการที่มีอายุไม่เกิน 19 ปี มีการรับรู้ต่อบริการของ Hutch แตกต่างกับกลุ่มผู้รับบริการที่มีอายุ 20 ถึง 29 ปี, 30 ถึง 39 ปี และ 40 ถึง 49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 สมมติฐานวิจัย: ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในการใช้บริการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทซันด์ วันเอ็กซ์การทดสอบสมมติฐานนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way Analysis of Variance) และมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

Ho : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มระดับการศึกษา มีการรับรู้ต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกัน

H1 : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มระดับการศึกษา มีการรับรู้ต่อบริการของ Hutch อย่างน้อยสองกลุ่มที่แตกต่างกัน

ตาราง 23 เปรียบเทียบการรับรู้ในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามระดับการศึกษา

เกณฑ์การ ประเมิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.925219	3	0.975073	1.800633	0.146577
	ภายในกลุ่ม	204.6934	378	0.541517		
	รวม	207.6186	381			
ลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5.244391	3	1.74813	2.696737	0.055694
	ภายในกลุ่ม	245.0344	378	0.648239		
	รวม	250.2788	381			
พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.442494	3	0.480831	0.899176	0.441674
	ภายในกลุ่ม	202.1342	378	0.534746		
	รวม	203.5766	381			
คาดหวังโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.840577	3	0.280192	0.709412	0.546857
	ภายในกลุ่ม	149.2964	378	0.394964		
	รวม	150.137	381			

จากตาราง 23 แสดงว่าผู้รับบริการทุกกลุ่มระดับการศึกษามีการรับรู้โดยรวมและรายด้านต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการรับรู้ในด้านกระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ พนักงาน และการรับรู้โดยรวม พบว่ามีระดับนัยสำคัญมีค่าเท่ากับ .146, .055 .441 และ .546 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อบริการของ Hutch ของทุกกลุ่มระดับการศึกษาไม่แตกต่างกันทั้งโดยรวมและรายด้าน

2.3 สมมติฐานวิจัย: อาชีพมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทซันด์ วันเอ็กซ์การทดสอบสมมติฐานนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มอาชีพมีการรับรู้ต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มอาชีพมีการรับรู้ต่อบริการของ Hutch อย่างน้อยสองกลุ่มที่แตกต่างกัน

ตาราง 24 เปรียบเทียบการรับรู้ในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

เกณฑ์การ ประเมิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.885678	3	0.295226	0.539805	0.655295
	ภายในกลุ่ม	206.733	378	0.546913		
	รวม	207.6186	381			
ลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.916136	3	0.638712	0.972099	0.505879
	ภายในกลุ่ม	248.3627	378	0.657044		
	รวม	250.2788	381			
พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.135564	3	0.378521	0.706779	0.54844
	ภายในกลุ่ม	202.4411	378	0.535558		
	รวม	203.5766	381			
คาดหวังโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.820744	3	0.273581	0.692582	0.557029
	ภายในกลุ่ม	149.3162	378	0.395016		
	รวม	150.137	381			

จากตาราง 24 แสดงว่าผู้รับบริการทุกกลุ่มอาชีพมีการรับรู้โดยรวมและรายด้านต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการรับรู้ในด้านกระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ พนักงาน และการรับรู้โดยรวมพบว่า มีระดับนัยสำคัญมีค่าเท่ากับ .655, .505 .548 และ .557 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อบริการของ Hutch ของทุกกลุ่มอาชีพไม่แตกต่างกันทั้งโดยรวมและรายด้าน

2.4 สมมติฐานวิจัย: ระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทู เทาซันด์ วัน เอ็กซ์ การทดสอบสมมติฐานนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์โดยใช้ความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way Analysis of Variance) และมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มระดับรายได้มีการรับรู้ต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกัน
 H_1 : ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มระดับรายได้มีการรับรู้ต่อบริการของ Hutch อย่างน้อยสองกลุ่มที่แตกต่างกัน

ตาราง 25 เปรียบเทียบการรับรู้ในการใช้บริการของ Hutch จำแนกตามระดับรายได้

เกณฑ์การ ประเมิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.229768	4	0.057442	0.104421	0.98093
	ภายในกลุ่ม	207.3889	377	0.550103		
	รวม	207.6186	381			
ลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.284897	4	0.571224	0.868374	0.582953
	ภายในกลุ่ม	247.9939	377	0.657809		
	รวม	250.2788	381			
พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.711164	4	0.427791	0.798934	0.526436
	ภายในกลุ่ม	201.8655	377	0.535452		
	รวม	203.5766	381			
คาดหวังโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.807609	4	0.201902	0.509726	0.728623
	ภายในกลุ่ม	149.3294	377	0.396099		
	รวม	150.137	381			

จากตาราง 25 แสดงว่าผู้รับบริการทุกกลุ่มระดับรายได้มีการรับรู้โดยรวมและรายด้านต่อบริการของ Hutch ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการรับรู้ในด้านกระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ พนักงาน และการรับรู้โดยรวม พบว่ามีระดับนัยสำคัญมีค่าเท่ากับ .980, .582 .526 และ .728 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อบริการของ Hutch ของทุกกลุ่มระดับรายได้ไม่แตกต่างกันทั้งโดยรวมและรายด้าน

สมมติฐานที่ 3 ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทซันด์ วันเอ็กซ์

ในการศึกษานี้ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวัง กับ การประเมินคุณภาพการบริการความพึงพอใจ ในรายด้านดังนี้

3.1 ด้านกระบวนการ ความแตกต่างระหว่างการเรียนรู้และความคาดหวังในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเท้าซันด์ วันเอ็กซ์

Ho : ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการเรียนรู้และความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ ทางด้านกระบวนการ
H1 : ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการเรียนรู้และความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ ทางด้านกระบวนการ

ตาราง 26 การทดสอบสมมติฐานด้านกระบวนการ

Variable	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	3.079018	0.038183	80.63837	.000 *
ความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ยการเรียนรู้และความ คาดหวังในการใช้บริการ	0.57899	0.112217	5.159573	.000 *
R ²	0.265469			
F-Ratio	26.6212			
Sig.	.000 *			

จากตาราง 26 แสดงผลค่าคงที่ และค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการถดถอยอย่างง่ายที่ได้ ระหว่างความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเรียนรู้และความคาดหวังในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของ Hutch ทางด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 3.079 + 0.579X_1$$

$\hat{Y}$ แทนความพึงพอใจในการใช้บริการของ Hutch ทางด้านกระบวนการ
 X_1 แทนความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเรียนรู้และความคาดหวังในการใช้บริการทางด้านการ

จากค่า R², F และ ค่าระดับนัยสำคัญหมายความว่า การให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการและความสามารถในการตอบสนองความต้องการต่อผู้รับบริการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจได้ร้อยละ 26.54 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทั้งนี้สมการนี้สามารถอธิบายได้ว่า

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ก่อนแล้วโดยมีค่าเริ่มต้นที่ 3.079 และเมื่อมาใช้บริการของ Hutch พบว่า เมื่อความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังของผู้ใช้บริการทางด้านกระบวนการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย จะทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางด้านกระบวนการเพิ่มขึ้น .579

จากการทดสอบสมมติฐาน การประเมินคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจทั้งสองข้อ พบว่าการประเมินคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 ด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทซันด์ วันเอ็กซ์

Ho : ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ ทางด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ

H1 : ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ ทางด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ

ตาราง 27 การทดสอบสมมติฐานด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ

Variable	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	3.014775	0.04484	67.23395	.000 *
ความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ยการรับรู้และความ คาดหวังในการใช้บริการ	0.385062	0.073064	5.270184	.000 *
R ²	0.268113			
F-Ratio	27.77484			
Sig.	.000 *			

จากตาราง 27 แสดงผลค่าคงที่ และค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการถดถอยอย่างง่ายที่ได้ ระหว่างความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของ Hutch ทางด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 3.014 + 0.385X_1$$

$\hat{Y}$ แทนความพึงพอใจในการใช้บริการของ Hutch ทางด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ

X_1 แทนความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการทางด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ

จากค่า R^2 , F และ ค่าระดับนัยสำคัญหมายความว่า การให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการและความสามารถในการตอบสนองความต้องการต่อผู้รับบริการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจได้ร้อยละ 26.81 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทั้งนี้สมการนี้สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ก่อนแล้วโดยมีค่าเริ่มต้นที่ 3.014 และเมื่อมาใช้บริการของ Hutch พบว่า เมื่อความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังของผู้ใช้บริการทางด้านลักษณะทางกายภาพการบริการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย จะทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางด้านลักษณะทางกายภาพการบริการเพิ่มขึ้น .385

3.3 ด้านพนักงาน ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทซันด์ วันเอ็กซ์

H_0 : ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ ทางด้านพนักงาน

H_1 : ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ ทางด้านพนักงาน

ตาราง 28 การทดสอบสมมติฐานด้านพนักงาน

Variable	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	3.243634	0.029502	109.9459	.000 *
ความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ยการรับรู้และความ คาดหวังในการใช้บริการ	0.634442	0.039223	16.17541	.000 *
R^2	0.407771			
F-Ratio	261.6438			
Sig.	.000 *			

จากตาราง 28 แสดงผลค่าคงที่ และค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการถดถอยอย่างง่ายที่ได้ ระหว่างความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของ Hutchทางด้านพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 3.243 + 0.634X_1$$

$\hat{Y}$ แทนความพึงพอใจในการใช้บริการของ Hutchทางด้านพนักงาน

X_1 แทนความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการทางด้านพนักงาน

จากค่า R^2 , F และ ค่าระดับนัยสำคัญหมายความว่า การให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการและความสามารถในการตอบสนองความต้องการต่อผู้รับบริการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจได้ร้อยละ 40.77 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทั้งนี้สมการนี้สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ก่อนแล้วโดยมีค่าเริ่มต้นที่ 3.243 และเมื่อมาใช้บริการของ Hutch พบว่า เมื่อความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังของผู้ใช้บริการทางด้านพนักงานเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย จะทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางด้านพนักงานเพิ่มขึ้น .634

3.4 ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทซันด์ วันเอ็กซ์

H_0 : ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ

H_1 : ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการของ Hutch มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ

ตาราง 29 การทดสอบสมมติฐานด้านความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการโดยรวม

Variable	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	3.004101	0.005337	562.9338	.000 *
ความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ยการรับรู้และความ คาดหวังในการใช้	0.595235	0.005685	104.709	.000 *

ตาราง 29 (ต่อ)

Variable	B	Std. Error	t	Sig.
R^2	0.966502			
F-Ratio	10963.97			
Sig.	.000 *			

จากตาราง 29 แสดงผลค่าคงที่ และค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการถดถอยอย่างง่ายที่ได้ ระหว่างความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของ Hutch ทางด้านความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 3.004 + 0.595X_1$$

$\hat{Y}$ แทนความพึงพอใจในการใช้บริการของ Hutchทางด้านพนักงาน

X_1 แทนความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการทางด้านพนักงาน

จากค่า R^2 , F และ ค่าระดับนัยสำคัญหมายความว่า การให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการและความสามารถในการตอบสนองความต้องการต่อผู้รับบริการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจได้ร้อยละ 96.65 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทั้งนี้สมการนี้สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ก่อนแล้วโดยมีค่าเริ่มต้นที่ 3.004 และเมื่อมาใช้บริการของ Hutch พบว่า เมื่อความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังของผู้ใช้บริการทางด้านความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการโดยรวมเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย จะทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางด้านความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการโดยรวมเพิ่มขึ้น .595

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน ที่	สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
1.1	อายุมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแตกต่างกันในการใช้ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.2	ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแตกต่างกัน ในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.3	อาชีพมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแตกต่างกันในการใช้ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.4	รายได้มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแตกต่างกันในการใช้ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์	ปฏิเสธสมมติฐาน
2.1	อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์	ยอมรับสมมติฐานใน ด้านลักษณะทาง กายภาพการบริการ
2.2	ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการ ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์	ปฏิเสธสมมติฐาน
2.3	อาชีพมีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์	ปฏิเสธสมมติฐาน
2.4	รายได้มีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์	ปฏิเสธสมมติฐาน
3.1	ด้านกระบวนการ มีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความ คาดหวังในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจใน การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์	ยอมรับสมมติฐาน

3.2	ด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ มีความแตกต่างระหว่าง การรับรู้และความคาดหวังในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดี้เอ็มเอ ทุเทชานด์ วันเอ็กซ์	ยอมรับสมมติฐาน
3.3	ด้านพนักงาน มีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความ คาดหวังในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจใน การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดี้เอ็มเอ ทุเทชานด์ วันเอ็กซ์	ยอมรับสมมติฐาน
3.4	ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการใช้ บริการโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมใน การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดี้เอ็มเอ ทุเทชานด์ วันเอ็กซ์	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงระดับการรับรู้ การรับรู้และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อจะได้นำมาใช้ในการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์) ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และการรับรู้บริการของผู้ใช้ที่ได้รับจากบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์) ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความแตกต่างของความคาดหวังจากการบริการ กับผลการบริการที่รับรู้ได้และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์) ในกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลต่อ บจก.อัททิสันโดยเฉพาะผู้บริหารสายงานต่าง ๆ โดยเฉพาะสายงานบริการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อทราบถึงความคาดหวังและผลการบริการที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์) ในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการในการปฏิบัติงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

2. ผลจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลต่อบจก.อัททิสันโดยเฉพาะผู้บริหารสายงานต่าง ๆ โดยเฉพาะสายงานบริการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์) ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งวัดได้จากผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังจากการบริการ กับผลการบริการที่รับรู้ได้ เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาในการรักษาระดับคุณภาพในส่วนที่ผู้ให้บริการมีความพอใจและพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการในส่วนที่ผู้ให้บริการไม่ได้รับความพึงพอใจ

3. ผลจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลต่อบริษัทโดยเฉพาะผู้บริหารสายงานต่างๆ โดยเฉพาะสายงานบริการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อใช้ผลของการวิจัยนำไปปรับปรุงและวางแผนในการบริหารคุณภาพการให้บริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์)

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ CDMA 2000 -1X (HUTCH) ในกรุงเทพมหานครมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบขนาดจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยทำการเลือกเฉพาะผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 2000 1X (ซีดีเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์) ที่ร้านของ Hutch Shop ทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร

2.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาบุคคลที่จะเลือกขึ้นมาทำศึกษานั้นมีความครอบคลุมรายละเอียดข้อมูล

2.3 ผู้วิจัยจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยการแบ่งจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดด้วยจำนวนที่เท่า ๆ กัน สำหรับสอบถามกลุ่มตัวอย่างของร้านของ Hutch Shop ทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร จำนวน 15 สาขา

2.4 ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จนกระทั่งได้จำนวนตัวอย่างครบสมบูรณ์ทั้งสิ้น 405 ตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ได้จำนวนขนาดของตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง โดยเผื่อการสูญเสียของแบบสอบถาม 5% คือจำนวน 20 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค จากตำรา เอกสารต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร, ความคาดหวัง, การรับรู้ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจากการใช้บริการในการใช้โทรศัพท์มือถือระบบ CDMA 2000 1X (ภายใต้แบรนด์ "ฮัทช์") แบบสอบถาม ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะปลายปิด เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ จำนวน 5 ข้อ โดยลักษณะของคำถามเป็นประเภท นามกำหนด (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการจากการใช้บริการจำนวน 16 ข้อ และระดับการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับรู้ได้จำนวน 16 ข้อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาค (Interval Scale) เพื่อใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้ โทรศัพท์มือถือระบบ CDMA 2000 1X (ภายใต้แบรนด์ "ฮัทช์") เป็นแบบสอบถามในแบบ Likert Scale การให้น้ำหนักคะแนนแบ่งเป็น 5 ลำดับคะแนน ดังนี้ 5,4,3,2 และ 1 แบ่งเป็นช่วงๆ 5 ระดับ คือ

- ระดับที่ 5 หมายถึง มากที่สุด
- ระดับที่ 4 หมายถึง มาก
- ระดับที่ 3 หมายถึง ปานกลาง
- ระดับที่ 2 หมายถึง น้อย
- ระดับที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการในการใช้โทรศัพท์มือถือระบบ CDMA 2000 1X (ภายใต้แบรนด์ "ฮัทช์") ของผู้ใช้บริการจากการใช้บริการจำนวน 16 ข้อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันตรภาค (Interval Scale) เพื่อใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้โทรศัพท์มือถือระบบ CDMA 2000 1X (ภายใต้แบรนด์ "ฮัทช์") เป็นแบบสอบถามในแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) การให้น้ำหนักคะแนนแบ่งเป็น 5 ลำดับคะแนน ดังนี้ 5,4,3,2 และ 1 โดยแบ่งเป็นช่วงๆ ตั้งแต่ด้านซ้ายสุดของสเกลแทนคะแนนระดับมากที่สุด เรียงลำดับรองลงมายังด้านซ้าย ซึ่งสเกลการวัดมี 5 ระดับ คือ

- ระดับที่ 5 หมายถึง มากที่สุด
- ระดับที่ 4 หมายถึง มาก
- ระดับที่ 3 หมายถึง ปานกลาง

- ระดับที่ 2 หมายถึง น้อย
- ระดับที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้นำแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมมาแล้ว ได้มีการดำเนินการที่จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บได้ดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบข้อมูลโดยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม
2. การลงรหัส โดยการนำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส
3. นำข้อมูลของคำถามในส่วนที่ 1 ของแบบสอบถาม ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ข้อคำถามในส่วนที่ 2 ในเรื่องระดับการรับรู้จากการใช้บริการและระดับบริการที่รับรู้ได้ มาวิเคราะห์ด้วยค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อและเป็นผลรวม
4. การทดสอบข้อสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 ที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้จากการใช้บริการและมีผลต่อบริการที่รับรู้ได้ที่แตกต่างกัน วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงอนุมานโดยใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงอนุมานความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม
5. การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น (มัลลิกา บุญนาค 2537:9)

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

จากหลักการดังกล่าวสามารถแปลความหมายของความคาดหวัง การรับรู้และความพึงพอใจได้ดังนี้

1 ความคาดหวัง / การรับรู้

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 ระดับความคาดหวัง/การรับรู้ “มากที่สุด”

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 ระดับความคาดหวัง/การรับรู้ “มาก”

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 ระดับความคาดหวัง/การรับรู้ “ปานกลาง”

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 ระดับความคาดหวัง/การรับรู้ “น้อย”

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 ระดับความคาดหวัง/การรับรู้ “น้อยที่สุด”

2 ความพึงพอใจ

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 ระดับความพึงพอใจ “มากที่สุด”

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 ระดับความพึงพอใจ “มาก”

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 ระดับความพึงพอใจ “ปานกลาง”

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 ระดับความพึงพอใจ “น้อย”

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 ระดับความพึงพอใจ “น้อยที่สุด”

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS For Windows (Statistical Package for the Social Sciences) ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. ผู้รับบริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี และ 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.43 และ 29.32 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.65 มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.88
2. ผู้รับบริการส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อการบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางคือ 3.08 โดยมีความคาดหวังต่อการบริการทางด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด รองมาคือทางด้านกระบวนการ และ ทางด้านพนักงาน ที่ระดับ 3.31, 3.03 และ 2.94 ตามลำดับ
3. ผู้รับบริการส่วนใหญ่มีการรับรู้ต่อการบริการรวมอยู่ในระดับปานกลางคือ 3.01 โดยมีการรับรู้ต่อการบริการทางด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด รองมาคือทางด้านกระบวนการ และ ทางด้านพนักงาน ที่ระดับ 3.13, 2.98 และ 2.91 ตามลำดับ
4. เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการพบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่มีการรับรู้มากกว่าที่คาดหวัง โดยมีค่าการเปรียบเทียบความแตกต่างทางด้านพนักงานมากที่สุด รองลงมาคือด้านกระบวนการ ที่ระดับ 0.29 และ 0.18 ตามลำดับ ส่วนทางด้านลักษณะทางกายภาพการบริการพบว่าไม่มีความแตกต่างทางด้านความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ
5. ผู้รับบริการส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทางด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด รองมาคือทางด้านกระบวนการ และ ทางด้านพนักงาน ที่ระดับ 3.01, 2.91 และ 2.81 ตามลำดับ

6. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะด้านบุคลิกของผู้รับบริการที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแตกต่างกันในการใช้บริการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซิติเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์

6.1 ลักษณะด้านอายุมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแตกต่างกันในการใช้บริการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซิติเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์ พบว่า ระดับอายุมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังไม่แตกต่างกันในการใช้บริการจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6.2 ลักษณะด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแตกต่างกันในการใช้บริการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซิติเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์ พบว่า ด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความคาดหวังไม่แตกต่างกันในการใช้บริการ จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6.3 ลักษณะด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแตกต่างกันในการใช้บริการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซิติเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์ พบว่า ระดับอาชีพมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังไม่แตกต่างกันในการใช้บริการจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6.4 ลักษณะด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแตกต่างกันในการใช้บริการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซิติเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์ พบว่า ระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังไม่แตกต่างกันในการใช้บริการจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะด้านบุคลิกของผู้รับบริการที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้มีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซิติเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์

7.1 ลักษณะด้านอายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซิติเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์ พบว่า ระดับอายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพการบริการพบว่า ผู้รับบริการที่มีอายุไม่เกิน 19 ปี มีการรับรู้ต่อบริการของ Hutchแตกต่างกับกลุ่มผู้รับบริการที่มีอายุ 20 ถึง 29 ปี, 30 ถึง 39 ปี และ 40 ถึง 49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7.2 ลักษณะด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซิติเอ็มเอ ทูเทาชันด์ วันเอ็กซ์ พบว่า ด้าน

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ไม่แตกต่างกันในการใช้บริการ จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7.3 ลักษณะด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทชาซันด์ วันเอ็กซ์ พบว่า ระดับอาชีพมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ไม่แตกต่างกันในการใช้บริการ จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7.4 ลักษณะด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทชาซันด์ วันเอ็กซ์ พบว่า ระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ไม่แตกต่างกันในการใช้บริการ จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

8. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ

CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทชาซันด์ วันเอ็กซ์

8.1 ทางด้านกระบวนการ มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทชาซันด์ วันเอ็กซ์ พบว่ามีความสัมพันธ์กันและมีขนาดความสัมพันธ์กันเท่ากับร้อยละ 26.54 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

8.2 ทางด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทชาซันด์ วันเอ็กซ์ พบว่ามีความสัมพันธ์กันและมีขนาดความสัมพันธ์กันเท่ากับร้อยละ 26.81 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

8.3 ทางด้านพนักงาน มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทชาซันด์ วันเอ็กซ์ พบว่ามีความสัมพันธ์กันและมีขนาดความสัมพันธ์กันเท่ากับร้อยละ 40.77 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

8.4 มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการใช้บริการโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA2000-1X (HUTCH) ซีดีเอ็มเอ ทูเทชาซันด์ วันเอ็กซ์ พบว่ามีความสัมพันธ์กันและมีขนาดความสัมพันธ์กันเท่ากับร้อยละ 98.31 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ในกรุงเทพมหานครมีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลตามสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

1. การทดสอบหาความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ พบว่าผู้รับบริการประเมินว่าได้รับบริการสูงกว่าที่คาดหวังไว้
2. จากสมมติฐานที่ 1 เปรียบเทียบผู้รับบริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ไม่มีผลความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ
3. จากสมมติฐานที่ 2 เปรียบเทียบผู้รับบริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ไม่มีผลต่อการรับรู้ในคุณภาพการบริการ แต่ระดับอายุมีผลต่อคุณภาพการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ
4. จากสมมติฐานที่ 3 เป็นการประเมินคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กันพบว่าเป็นไปตามสมมติฐานแสดงว่าการวัดคุณภาพการบริการตามแนวคิดของพาราซูรามาน, ซีทฮอล์มและแบรี่ (Parasuraman, A. Zeithalm V & Berry L 1990:25) สามารถใช้วัดคุณภาพการบริการของ Hutch ได้และการประเมินคุณภาพการบริการนี้นำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ
5. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพบริการของร้านโนเกียชอป มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่ผู้บริโภคได้รับต่ำกว่าความคาดหวัง ซึ่งความคาดหวังของผู้บริโภคอาจอยู่ในระดับที่สูงเกินจริง ตามงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ ช่อนกลิ่น (2546 : 116)
6. ผลการหาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการของร้านโนเกียชอป พบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านโนเกียชอป ไม่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการร้านโนเกียชอป ตามงานวิจัยของ พงษ์พันธุ์ ตระกูลศรีชัย (2547 : 138)
7. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพบริการของสำนักงานบริการดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการสำนักงานบริการดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการต่ำกว่าความคาดหวังของผู้มาใช้บริการ ตามงานวิจัยของ เกียรติพงษ์ มากประภา (2546 : 115)

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบCDMA 2000 -1X (HUTCH) ในกรุงเทพมหานครผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ ซึ่งบริษัทควร

นำมาปรับปรุงเพื่อรักษาระดับความพอใจจากลูกค้ามากที่สุด เช่น การตกแต่งภายในสถานที่ที่มีความแปลกใหม่, พื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาดสบายตาเป็นต้น

2. บริษัทควรมีการวิจัยคุณภาพการบริการ และการประเมินผลเป็นระยะเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง
3. ระดับค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการพบว่าส่วนใหญ่มีค่าระดับเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ซึ่งข้อมูลที่เก็บมาได้ อาจมาจากกลุ่มคนที่ไม่ค่อยมีเวลาในการพิจารณาในการตอบคำถามมาก จึงเลือกที่จะตอบข้อความในการประเมินเป็นแบบปานกลาง
4. การประเมินความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากกว่าที่คาดหวังไว้ แต่ถ้าพิจารณาถึงอัตราการเติบโตของยอดผู้ใช้บริการ พบว่ามีผู้ใช้บริการขอยกเลิกใช้บริการเป็นบางส่วน ดังนั้นข้อมูลอาจคลาดเคลื่อนกับผลที่เก็บได้จริง หรืออาจมีตัวแปรอื่นที่เป็นสาเหตุในการยกเลิกการใช้บริการ
5. ควรจัดกิจกรรมในลักษณะการแนะนำผู้ใช้จากลูกค้าปัจจุบันที่มีความพอใจในบริการต่างๆของ Hutch อยู่ในระดับมาก ซึ่งส่งผลให้เกิดการบอกต่อหรือแนะนำให้คนรอบข้างมาลองใช้บริการ Hutch

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบการประเมินคุณภาพความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการรายอื่นเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน และปรับปรุงหน่วยงานทางด้านการบริการของบริษัท
2. ควรทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจยกเลิกการใช้บริการเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน และปรับปรุงหน่วยงานทางด้านการบริการของบริษัท
3. บริษัทควรมีการวิจัยคุณภาพการบริการ และการประเมินผลเป็นระยะเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- _____. (2546). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กองบรรณาธิการ (2543) "ดิจิทัล จีเอสเอ็ม 1800" ใน *Marketeer*. ปีที่ 1 ฉบับ 8 ตุลาคม หน้า 63-68 กรุงเทพฯ.
- กองบรรณาธิการ (2543) "มือถือเสรี เสรีจริงหรือ" ใน *โลกการค้า*. ปีที่ 6 ฉบับ 58 กรกฎาคม หน้า 74-76 กรุงเทพฯ.
- กรรณิการ์ สุวรรณโคด (2536:12). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลสัมพันธ์กับพลังชีวิตอาจารย์สาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ในมหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ คม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- เต็มดวง เจริญสุข (2532). การศึกษาการเปรียบเทียบกิจกรรมพยาบาลตามความคาดหวังกับความเป็นจริงของผู้คลอดและพยาบาล. วิทยานิพนธ์ วทม. (พยาบาลศาสตร์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- เทพนม เมืองแมนและสวิง สุวรรณ (2529:6) พฤติกรรมองค์การ *Organization behavior* กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- บรรยงค์ โตจินดา องค์การและการจัดการ *Organization and Management* กรุงเทพฯ : รวมสาส์น 2542.
- ประเทือง สูงสุวรรณ (2534:29) ศึกษาสภาพการทำงานและความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ระดับปริญญาและรายละเอียดสาขาวิชา. วิทยานิพนธ์ คม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- "พฤติกรรมการใช้มือถือของคุณเป็นแบบไหน กรุงเทพฯ" (2544) : วารสารคอมพิวเตอร์วิว.
- เพชร หาลาก (2532). ความคาดหวังของผู้บังคับบัญชาระดับกลางที่มีต่อบทบาทการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาระดับล่างในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก. วิทยานิพนธ์ สศม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วรรณุช เจตนชัย (2544) การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อการบริการเสริมโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ บธม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม และ" ไซเทกซ์.

ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย (2545) โทรศัพท์เคลื่อนที่ปี 45 : แข่งขันสูง....ดันยอดผู้ใช้เดิโต
 กรุงเทพฯ ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย.

สมชาติ กิจยรรยง (2543:11) การพัฒนาทีมงานบริการ. กรุงเทพฯ : รวมสาส์น 2543.

สุโท เจริญสุข (2520:24) หลักจิตวิทยาและพัฒนาการมนุษย์. พระนคร : แพรวพิทยา 2515.

สุปราณี สนธิรัตน์และคนอื่น ๆ (2537:45) จิตวิทยาทั่วไป 2541 *General psychology* by
 Silverman Robert E.

เสวี วงษ์มณฑา (2542) พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม และ" ไซเทกซ์.

อดุลย์ จาตุรงค์ (2539) พฤติกรรมผู้บริโภค. ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Bertley.1972 *The Theory of the Modern Stage*. Penguin, Harmondsworth.

Booms, B.H., Bitner, M.J., "Marketing Strategies and Organization Structures for Service
Firms", Donnelly, J.H., George, W.R., Marketing of Services, American Marketing
 Association, Chicago, IL, 1982, 47-51.

Chaplin, (1968). *Systems and Theories of Psychology*. Third Edition. New York: Holt,
 Rinehart and Winston.

Detero, Tenner, A.R. and DeTero, I.J. *Total Quality Management*. Addison-Wesley, 1992.

Feigebam. 1997 *Quality improvement through planned experimentation*. Thomas W. Nolan,
 Lloyd P. Provost.

Folkes, V. S. (1994). Consumer Reactions to Product Failure: An Attributional Approach.
Journal of Consumer Research.

Garrison and Magoon, Garrison, K., & Magoon, R. (1972). *Educational psychology..*
 Columbus, Ohio: Merrill.

Hill, (1996:6) *How to measure service quality & customer satisfaction : the informal field-*
guide for tools and techniques Chicago, Ill. : American Marketing Assoc., 1998.
 658.812 CHAK.

Johnson and Lyth, 1991:181-182 *The nature of Service Quality*, S.W., Gummesson, E.,
 Edvardsson, B. and Gustavsson, B. (Eds), *Service Quality: Multidisciplinary and*
Multinational Perspectives, Lexington Books, Lexington, MA.

Kotler, Phillip (1997) *Marketing Management*. 9th ed.Singapore : Prentice Hall.

Yamane, Taro (1967) *Statistic : An Introductory Analysis*. New York : Harper and Row

Lovelock, C.H. and Weinburg, C.B. (1984) *Marketing for Public and Non-profit -*
Managers. Wiley, New York.

McCarthy, E.J. (1964). *Basic Marketing: A Managerial Approach*, Homewood, Ill. 38-40.

Powell. (1983). *The availability of socialization practices*. *Personnel Psychology*

36(4): 857-866

Quiin, Baruch & Paquette, *Technology in Services: Rethinkingg Strategic Focus*. Sloan
Management Review

Teas, R. K. (1993). "Expectations, Performance Evaluation and Consumer's
Perceptions of Quality", *Journal of Marketing*

Wolman, Wolman, B. B. (1989). *Dictionary of behavioral science (2nd ed.)*. San Diego,
CA: Academic Press. Zahn, G. L. (1991). *Face to face communication*

แหล่งข้อมูลทาง Website

<http://www.hutch.co.th>

<http://www..ais900.com>

<http://www.tot.or.th>

<http://www.manager.co.th>

<http://www.set.or.th>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบCDMA 2000 - 1X (HUTCH) ในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (เลือกคำตอบได้เพียง 1 คำตอบ)

1.1 เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

1.2 อายุ

☐ ไม่เกิน 19 ปี

☐ 20 - 29 ปี

☐ 30 - 39 ปี

☐ 40 - 49 ปี

☐ 50 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา

☐ ไม่เกินระดับมัธยมปลาย

☐ ระดับปริญญาตรี

☐ ระดับปริญญาโท

☐ สูงกว่าระดับปริญญาโท

1.4 อาชีพ

☐ นักเรียน / นักศึกษา

☐ รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน

☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

1.5 รายได้

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท

☐ 5,001-15,000 บาท

☐ 15,001-25,000 บาท

☐ 25,001 – 35,000 บาท

☐ 35,001 บาทขึ้นไป

1	2	3	4	5	3) พนักงาน (People)	1	2	3	4	5
					3.1) พนักงานมีความสามารถในการให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย					
					3.2) พนักงานมีการดูแลใส่ใจลูกค้าเป็นอย่างดี					
					3.3) พนักงานมีการกล่าวต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาในศูนย์บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม					
					3.4) พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี					
					3.5) พนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้าเป็นอย่างดี					

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจในด้านที่ผู้ให้บริการได้รับโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดของท่านมากที่สุด โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้

ระดับความพึงพอใจ

คะแนน 1 เท่ากับ น้อยที่สุด

คะแนน 2 เท่ากับ น้อย

คะแนน 3 เท่ากับ ปานกลาง

คะแนน 4 เท่ากับ มาก

คะแนน 5 เท่ากับ มากที่สุด

ความพึงพอใจ					
ระดับคะแนนความพึงพอใจ	1	2	3	4	5
1) การให้ข้อมูลข่าวสารและให้คำแนะนำจากทางร้าน อย่างเป็นระบบ เข้าใจง่าย					
2) ขั้นตอนการให้บริการในการขาย มีระเบียบชัดเจน					
3) ขั้นตอนการการชำระค่าใช้จ่ายมีความ สะดวก					
4) ขั้นตอนการการชำระค่าใช้จ่ายมีความ รวดเร็ว					
5) ขั้นตอนการการชำระค่าใช้จ่าย มีความ ถูกต้อง					
6) ขั้นตอนการส่งมอบเครื่องที่มีการซ่อมแซมบำรุงรักษา มีความเรียบร้อยดี					

ระดับคะแนนความพึงพอใจ	1	2	3	4	5
7) ขั้นตอนการส่งมอบเครื่องที่มีการซ่อมแซมบำรุงรักษา ตรงเวลาตามที่ได้นัดหมายไว้					
8) ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจที่มีความทันสมัย					
9) ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง					
10) พื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาด สบายตา					
11) การตกแต่งภายในสถานที่ศูนย์บริการมีความแปลกใหม่					
12) พนักงานมีความสามารถในการให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย					
13) พนักงานมีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี					
14) พนักงานมีการกล่าวต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาในศูนย์บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม					
15) พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี					
16) พนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้าเป็นอย่างดี					

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถาม

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

อาจารย์สุวรรณี ตรีวัฒนวงศ์

อาจารย์ประจำ

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อ.ณัฐยา ประดิษฐสุวรรณ

อาจารย์ประจำ

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก ค
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์แบบสอบถาม

ผู้วิจัย ได้นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ โดยทดสอบหาความเชื่อมั่นรวมโดย โดยทดลองแบบสอบถามกับกลุ่มประชากรเป้าหมาย จำนวน 40 ราย ทดสอบแบบสอบถามในตอนๆที่ 2,3 และ 4 เป็นคำถามที่วัดความคาดหวัง, การรับรู้ และ ความพึงพอใจ ของการบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นรายข้อ (Item Analysis)

ความคาดหวังทางด้านการบริการ - กระบวนการ

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

- | | | |
|----|---------|--|
| 1. | EXPT01D | 1.1. กระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบ |
| 2. | EXPT02D | 1.2. กระบวนการขายมีระเบียบชัดเจน |
| 3. | EXPT03D | 1.3. กระบวนการชำระค่าใช้จ่าย สะดวก |
| 4. | EXPT04D | 1.4. กระบวนการชำระค่าใช้จ่าย รวดเร็ว |
| 5. | EXPT05D | 1.5. กระบวนการชำระค่าใช้จ่าย ถูกต้อง |
| 6. | EXPT06D | 1.6. กระบวนการการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซมมีความเรียบร้อย |
| 7. | EXPT07D | 1.7. กระบวนการการส่งมอบเครื่องที่ซ่อมแซมตรงตามเวลาที่นัดหมาย |

		Mean	Std Dev	Cases
1.	EXPT01D	3.2500	.9541	40.0
2.	EXPT02D	3.2750	.6789	40.0
3.	EXPT03D	3.8750	1.0667	40.0
4.	EXPT04D	3.3250	.9167	40.0
5.	EXPT05D	3.4750	.8469	40.0
6.	EXPT06D	3.1750	.6751	40.0
7.	EXPT07D	3.2750	.7157	40.0

N of Cases = 40.0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3.3786	3.1750	3.8750	.7000	1.2205	.0563

Item Variances	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	.7192	.4558	1.1378	.6821	2.4965	.0676

Reliability Coefficients 7 items

Alpha = .6983 Standardized item alpha = .6872

ความคาดหวังทางด้านการบริการ - ลักษณะทางกายภาพการบริการ

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1. EXPT08D 2.1 ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจที่มีความทันสมัย
2. EXPT09D 2.2 ศูนย์บริการตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง
3. EXPT10D 2.3 พื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาดสบายตา
4. EXPT11D 2.4 การตกแต่งภายในสถานที่ที่มีความแปลกใหม่

	Mean	Std Dev	Cases
1. EXPT08D	3.7250	.8469	40.0
2. EXPT09D	3.3750	.9524	40.0
3. EXPT10D	3.6250	.9524	40.0
4. EXPT11D	3.7000	.7910	40.0

N of Cases = 40.0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3.6063	3.3750	3.7250	.3500	1.1037	.0256

Item Variances	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	.7893	.6256	.9071	.2814	1.4498	.0199

Reliability Coefficients 4 items

Alpha = .7423 Standardized item alpha = .7481

ความคาดหวังทางด้านการบริการ – พนักงาน

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1. EXPT12D 3.1 พนักงานให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย
2. EXPT13D 3.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า
3. EXPT14D 3.3 พนักงานมีการกล่าวต้อนรับด้วยความสุภาพ
4. EXPT15D 3.4 พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
5. EXPT16D 3.5 พนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้า

		Mean	Std Dev	Cases
1.	EXPT12D	3.2500	.8697	40.0
2.	EXPT13D	3.0750	.8286	40.0
3.	EXPT14D	3.3500	.7355	40.0
4.	EXPT15D	3.2500	.9806	40.0
5.	EXPT16D	3.3500	.7355	40.0

N of Cases = 40.0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3.2550	3.0750	3.3500	.2750	1.0894	.0126

Item Variances	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	.6973	.5410	.9615	.4205	1.7773	.0306

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .8601 Standardized item alpha = .8689

การรับรู้ได้จากการใช้บริการ – กระบวนการ

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1. PCEPT01D 1.1 กระบวนการการให้ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบ
2. PCEPT02D 1.2 กระบวนการขายมีระเบียบชัดเจน
3. PCEPT03D 1.3 กระบวนการการชำระค่าใช้จ่าย สะดวก
4. PCEPT04D 1.4 กระบวนการการชำระค่าใช้จ่าย รวดเร็ว
5. PCEPT05D 1.5 กระบวนการการชำระค่าใช้จ่าย ถูกต้อง
6. PCEPT06D 1.6 กระบวนการซ่อมบำรุงรักษาที่ซ่อมแซมมีความเรียบร้อย
7. PCEPT07D 1.7 กระบวนการซ่อมบำรุงรักษาที่ซ่อมแซมตรงตามเวลาที่นัดหมาย

		Mean	Std Dev	Cases
1.	PCEPT01D	3.3846	.6734	39.0
2.	PCEPT02D	3.5385	.7896	39.0
3.	PCEPT03D	3.5128	.8231	39.0
4.	PCEPT04D	2.9744	1.0384	39.0
5.	PCEPT05D	3.1795	.8847	39.0
6.	PCEPT06D	3.3590	.7429	39.0
7.	PCEPT07D	3.5128	.7905	39.0

N of Cases = 40.0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3.3516	2.9744	3.5385	.5641	1.1897	.0433

Item Variances	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	.6846	.4534	1.0783	.6248	2.3780	.0405

Reliability Coefficients 7 items

Alpha = .8976 Standardized item alpha = .9018

การรับรู้ได้จากการใช้บริการ – ลักษณะทางกายภาพการบริการ

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1. PCEPT08D 2.1 อาคารทำเลอยู่ในย่านธุรกิจที่ทันสมัย
2. PCEPT09D 2.2 อาคารทำเลอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง
3. PCEPT10D 2.3 พื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาดสบายตา
4. PCEPT11D 2.4 การตกแต่งภายในสถานที่ที่มีความแปลกใหม่

		Mean	Std Dev	Cases
1.	PCEPT08D	3.0513	1.2763	39.0
2.	PCEPT09D	3.0000	1.0761	39.0
3.	PCEPT10D	3.2051	.5221	39.0
4.	PCEPT11D	3.2564	.5486	39.0

N of Cases = 40.0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3.1282	3.0000	3.2564	.2564	1.0855	.0149

Item Variances	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	.8401	.2726	1.6289	1.3563	5.9752	.4453

Reliability Coefficients 4 items

Alpha = .6676 Standardized item alpha = .7087

การรับรู้ได้จากการใช้บริการ – พนักงาน

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1. PCEPT12D 3.1 พนักงานให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย
2. PCEPT13D 3.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า
3. PCEPT14D 3.3 พนักงานมีการกล่าวต้อนรับด้วยความสุภาพ

4. PCEPT15D 3.4 พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
 5. PCEPT16D 3.5 พนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้า

		Mean	Std Dev	Cases
1.	PCEPT12D	3.2051	.6561	39.0
2.	PCEPT13D	3.2564	.7152	39.0
3.	PCEPT14D	3.3590	.7429	39.0
4.	PCEPT15D	3.2308	.7420	39.0
5.	PCEPT16D	3.2564	.5946	39.0

N of Cases = 40.0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3.2615	3.2051	3.3590	.1538	1.0480	.0034

Item Variances	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	.4796	.3536	.5520	.1984	1.5611	.0074

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .9153 Standardized item alpha = .9165

ความพึงพอใจจากการใช้บริการ – กระบวนการ

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1. SATIS01 4.1 กระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบ
 2. SATIS02 4.2 กระบวนการขายมีระเบียบชัดเจน
 3. SATIS03 4.3 กระบวนการชำระค่าใช้จ่าย สะดวก
 4. SATIS04 4.4 กระบวนการชำระค่าใช้จ่าย รวดเร็ว
 5. SATIS05 4.5 กระบวนการชำระค่าใช้จ่าย ถูกต้อง

6. SATIS06 4.6 กระบวนการซ่อมบำรุงรักษาที่ซ่อมแซมมีความเรียบร้อย
 7. SATIS07 4.7 กระบวนการซ่อมบำรุงรักษาที่ซ่อมแซมตรงตามเวลาที่นัดหมาย

		Mean	Std Dev	Cases
1.	SATIS01	2.9750	.7675	40.0
2.	SATIS02	2.8750	.7574	40.0
3.	SATIS03	3.2500	.8987	40.0
4.	SATIS04	2.8750	.9111	40.0
5.	SATIS05	3.3000	.9923	40.0
6.	SATIS06	2.9750	.8619	40.0
7.	SATIS07	2.9000	.8102	40.0

N of Cases = 40.0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3.0214	2.8750	3.3000	.4250	1.1478	.0320

Item Variances	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	.7407	.5737	.9846	.4109	1.7162	.0217

Reliability Coefficients 7 items

Alpha = .7662 Standardized item alpha = .7623

ความพึงพอใจจากการใช้บริการ – ลักษณะกายภาพการบริการ

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1. SATIS08 5.1 อาคารทำเลอยู่ในย่านธุรกิจที่ทันสมัย
2. SATIS09 5.2 อาคารทำเลอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง
3. SATIS10 5.3 พื้นที่ภายในศูนย์บริการมีความสะอาดสบายตา
4. SATIS11 5.4 การตกแต่งสถานที่มีความแปลกใหม่

		Mean	Std Dev	Cases
1.	SATIS08	3.2000	.8533	40.0
2.	SATIS09	3.1500	.9213	40.0
3.	SATIS10	3.4500	.8149	40.0
4.	SATIS11	3.3500	.6622	40.0

N of Cases = 40.0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3.2875	3.1500	3.4500	.3000	1.0952	.0190

Item Variances	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	.6699	.4385	.8487	.4103	1.9357	.0297

Reliability Coefficients 4 items

Alpha = .7198 Standardized item alpha = .7277

ความพึงพอใจจากการใช้บริการ – พนักงาน

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1. SATIS12 6.1 พนักงานให้ข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย
2. SATIS13 6.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า
3. SATIS14 6.3 พนักงานมีการกล่าวต้อนรับด้วยความสุภาพ
4. SATIS15 6.4 พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
5. SATIS16 6.5 พนักงานมีไมตรีจิตต่อลูกค้า

		Mean	Std Dev	Cases
1.	SATIS12	3.0000	.8165	40.0
2.	SATIS13	2.9250	.7970	40.0
3.	SATIS14	3.0750	.8590	40.0
4.	SATIS15	2.9500	.9323	40.0
5.	SATIS16	3.1000	.7779	40.0

N of Cases = 40.0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3.0100	2.9250	3.1000	.1750	1.0598	.0058

Item Variances	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	.7028	.6051	.8692	.2641	1.4364	.0111

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .8552 Standardized item alpha = .8569

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นาย ประเวศ ศุภเจริญผล
วันเดือนปีเกิด	15 มีนาคม 2514
สถานที่เกิด	เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	45/480 ถนนพัฒนาการ บางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10260
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้จัดการฝ่ายวางแผนโครงการ แผนก อุปกรณ์ เทอร์มินอล
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท อัทซีสัน ซีเอที ไวร์เลส มัลติมีเดีย จำกัด อาคารไอเอฟซีที ทาวเวอร์ 1768 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2547	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2536	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ