

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง “การเก็บรักษาผู้รับบริการโทรศัพท์ผ่านสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทูริวิชั่นส์”

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้ใช้เป็นข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ข้อมูลที่ได้จะเป็นความลับและนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น คำตอบของท่านจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการศึกษาครั้งนี้ ขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของสมาชิก ทูริวิชั่นส์

คำแนะนำ: กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องหน้าข้อความที่ตรงกับข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ * ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ * ☐ ต่ำกว่า 18 ปี ☐ 18-25 ปี ☐ 26-35 ปี
☐ 36-43 ปี ☐ 44-50 ปี ☐ สูงกว่า 50 ปี
3. ลักษณะที่พักอาศัย
☐ บ้านเดี่ยว ☐ ทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ ☐ คอนโดมิเนียม/ห้องชุด
☐ อพาร์ทเมนต์/แมนชั่น ☐ อื่นๆ.....
4. จำนวนจุดที่รับบริการ
☐ 1 จุด ☐ 2 จุด ☐ 3 จุด
☐ 4 จุด ☐ มากกว่า 4 จุด
5. รูปแบบ (Package) ที่รับบริการ
☐ โนว์เลดจ์ (KNOWLEDGE) ☐ ซิลเวอร์ (SILVER)
☐ โกลด์ (GOLD) ☐ แพลทตินัม (PLATINUM)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังการใช้บริการโทรศัพท์ผ่านสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทูริวิชั่นส์ (เป็นความคิดเห็นก่อนใช้บริการ)

คำแนะนำ: กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องท้ายข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความคาดหวังการใช้บริการ และการรับรู้การบริการ	การให้คะแนนก่อนใช้บริการ				
	ส่วนที่ 2 . ความคาดหวังการใช้บริการ				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ ค่อย เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
สินค้า/บริการ					
6. คุณภาพความคมชัดของสัญญาณภาพและเสียง					
7. ความหลากหลายของรายการ					
8. ความน่าสนใจของรายการ					
9. มีการนำเสนอ รายการหรือบริการใหม่ ๆ ทุกระยะ					
10. เครื่องรับสัญญาณและรีโมท มีความทนทาน ใช้งานง่าย					
11. ได้รับนิตยสาร พรีเมียร์ (ทรูวิชั่นส์ ทีวีไกด์) เป็นประจำ					
ราคา					
12. ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าติดตั้งมีราคาเหมาะสม					
13. ค่าบริการรายเดือนคุ้มค่างับคุณภาพที่ได้รับ					
14. ค่าบริการช่องรายการเสริม เหมาะสม					
15. ค่าใช้จ่ายกรณีขอเพิ่มจุดหรือย้ายจุดรับบริการ เหมาะสม					
16. ค่าปรับกรณีทำอุปกรณ์ของ ทรูวิชั่นส์ สูญหายหรือชำรุด เหมาะสม					
ช่องทางการจัดจำหน่าย					
17. การติดต่อขอสมัครสมาชิก มีความสะดวก					
18. การติดต่อแจ้งปัญหาการรับบริการ การขอรับข้อมูล ข่าวสาร กับ ทรูวิชั่นส์ มีความสะดวก และรวดเร็ว					
19. สามารถชำระค่าบริการ ได้หลายช่องทาง					
การส่งเสริมการตลาด					
20. มีของสมนาคุณหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า และอื่น ๆ เมื่อขอสมัครเป็นสมาชิก					
21. มีส่วนลด กรณีชำระค่าบริการเป็นรายปี					
22. มีส่วนลด กรณีชำระค่าบริการผ่านธนาคาร หรือบัตรเครดิต					
23. กิจกรรมร่วมสนุก ชิงรางวัลต่าง ๆ มีความดึงดูดน่าสนใจ					
24. มีรางวัลสำหรับสมาชิก ที่แนะนำสมาชิกใหม่					
บุคคลหรือพนักงาน					
25. ความยินดีและเต็มใจให้บริการ ของพนักงาน					
26. มีการตอบสนองปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว และสามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้องแม่นยำ					

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความคาดหวังการใช้บริการ และการรับรู้การบริการ	การให้คะแนนก่อนใช้บริการ				
	ส่วนที่ 2 . ความคาดหวังการใช้บริการ				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ ค่อย เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
27. พนักงาน มีความตรงต่อเวลา					
28. พนักงาน ไม่มีการปฏิเสธต่อคำขอของผู้รับบริการ					
29. พนักงานซ่อมบำรุง มีความชำนาญในการแก้ไขปัญหา และมีเครื่องมือที่ทันสมัย พร้อมให้บริการ อย่างดีเยี่ยม					
30. มารยาทและการใช้คำพูดที่เหมาะสมในการสื่อสาร					
กระบวนการ					
31. ขั้นตอนและเอกสารประกอบการสมัครสมาชิก ไม่ยุ่งยาก					
32. ขั้นตอนการแจ้งปัญหาต่าง ๆ มีความรวดเร็วไม่ยุ่งยาก					
33. การขอแก้ไขข้อมูลของสมาชิก ได้รวดเร็วและถูกต้อง					
ลักษณะทางกายภาพ					
34. ความทันสมัยของศูนย์บริการ โทรทัศน์					
35. ความสามารถให้บริการ ได้ครอบคลุมทุกพื้นที่					
36. สายนำสัญญาณ ที่ติดตั้งภายในและภายนอกบ้าน มีความเรียบร้อย สวยงาม					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้การบริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก
ทิวทัศน์ (เป็นความคิดเห็นในระหว่างใช้บริการ)

คำแนะนำ: กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องท้ายข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความคาดหวังการใช้บริการ และการรับรู้การบริการ	การให้คะแนนในระหว่างใช้บริการ				
	ส่วนที่ 3. การรับรู้การรับบริการ				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ ค่อย เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
สินค้า/บริการ					
6. คุณภาพความคมชัดของสัญญาณภาพและเสียง					
7. ความหลากหลายของรายการ					
8. ความน่าสนใจของรายการ					
9. มีการนำเสนอ รายการหรือบริการใหม่ ๆ ทุกระยะ					

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความคาดหวังการใช้บริการ และการรับรู้การบริการ	การให้คะแนนในระหว่างใช้บริการ				
	ส่วนที่ 3. การรับรู้การรับบริการ				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ค่อยเห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
10. เครื่องรับสัญญาณและรีโมท มีความทนทาน ใช้งานง่าย					
11. ได้รับนิตยสาร พรีเมียร์ (ทรูวิชั่นส์ ทวีโกด์) เป็นประจำ					
ราคา					
12. ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าติดตั้งมีราคาเหมาะสม					
13. ค่าบริการรายเดือนคุ้มค่ากับคุณภาพที่ได้รับ					
14. ค่าบริการช่องรายการเสริม เหมาะสม					
15. ค่าใช้จ่ายกรณีขอเพิ่มจุดหรือย้ายจุดรับบริการ เหมาะสม					
16. ค่าปรับกรณีทำอุปกรณ์ของ ทรูวิชั่นส์ สูญหายหรือชำรุด เหมาะสม					
ช่องทางการจัดจำหน่าย					
17. การติดต่อขอสมัครสมาชิก มีความสะดวก					
18. การติดต่อแจ้งปัญหาการรับบริการ การขอรับข้อมูล ข่าวสาร กับ ทรูวิชั่นส์ มีความสะดวก และรวดเร็ว					
19. สามารถชำระค่าบริการ ได้หลายช่องทาง					
การส่งเสริมการตลาด					
20. มีของสมนาคุณหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า และอื่น ๆ เมื่อขอสมัครเป็นสมาชิก					
21. มีส่วนลด กรณีขอชำระค่าบริการเป็นรายปี					
22. มีส่วนลด กรณีขอชำระค่าบริการผ่านธนาคาร หรือบัตรเครดิต					
23. กิจกรรมร่วมสนุก ชิงรางวัลต่าง ๆ มีความดึงดูดน่าสนใจ					
24. มีรางวัลสำหรับสมาชิก ที่แนะนำสมาชิกใหม่					
บุคคลหรือพนักงาน					
25. ความยินดีและเต็มใจให้บริการ ของพนักงาน					
26. มีการตอบสนองปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว และสามารถให้ข้อมูล ได้ถูกต้องแม่นยำ					
27. พนักงาน มีความตรงต่อเวลา					
28. พนักงาน ไม่มีการปฏิเสธคำขอของผู้รับบริการ					
29. พนักงานซ่อมบำรุง มีความชำนาญในการแก้ไขปัญหา และมีเครื่องมือที่ทันสมัย พร้อมให้บริการ อย่างดีเยี่ยม					
30. มารยาทและการใช้คำพูดที่เหมาะสมในการสื่อสาร					

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความคาดหวังการใช้บริการ และการรับรู้การบริการ	การให้คะแนนในระหว่างใช้บริการ				
	ส่วนที่ 3. การรับรู้การรับบริการ				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ ค่อย เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
กระบวนการ					
31. ขั้นตอนและเอกสารประกอบการสมัครสมาชิก ไม่ยุ่งยาก					
32. ขั้นตอนการแจ้งปัญหาต่าง ๆ มีความรวดเร็วไม่ยุ่งยาก					
33. การขอแก้ไขข้อมูลของสมาชิก ได้รวดเร็วและถูกต้อง					
ลักษณะทางกายภาพ					
34. ความทันสมัยของศูนย์บริการ ทูริวิชั่นส์					
35. ความสามารถให้บริการ ได้ครอบคลุมทุกพื้นที่					
36. สาขนำสัญญาณ ที่ติดตั้งภายในและภายนอกบ้าน มีความเรียบร้อย สวยงาม					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้รับบริการต่อตราสินค้า ทูริวิชั่นส์

คำแนะนำ: กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องท้ายข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดี	เกณฑ์การให้คะแนน				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ ค่อย เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
37. ใช้บริการเพราะได้รับการบอกต่อจากคนอื่นถึงบริการที่ดีของ ทูริวิชั่นส์					
38. ใช้บริการเพราะตนเองมีประสบการณ์ที่ดีจากการบริการของ ทูริวิชั่นส์					
39. ประทับใจที่ ทูริวิชั่นส์ มีกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เช่น “กิจกรรมปลูกปัญญา”					
40. ใช้บริการเพราะมั่นใจ ในภาพลักษณ์ของ ทูริวิชั่นส์					
41. ประทับใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น ๆ ของบริษัทในเครือ ทูริ					
42. หากท่านซื้อบ้านหลังใหม่ ท่านจะติดต่อขอติดตั้ง ทูริวิชั่นส์ ทันที					
43. หากมีโอกาสท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการ ทูริวิชั่นส์ โดยไม่ลังเล					
44. มีเคเบิลทีวีรายอื่นนำเสนอบริการ ที่ราคาถูกกว่า ท่านจะยังคงรับบริการของ ทูริวิชั่นส์ ต่อไป					
45. หากเพื่อนบ้านของท่านมีการลักลอบใช้บริการ ทูริวิชั่นส์ ท่านจะแจ้งให้ทราบทันที					
46. หากมีคนให้ข้อมูลไม่ดีต่อ ทูริวิชั่นส์ ท่านจะรีบออกตัวแก้ไขให้ทันที					

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภัยคุกคามการให้บริการโทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก
ทรูวิชั่นส์

คำแนะนำ: กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องท้ายข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับภัยคุกคาม	เกณฑ์การให้คะแนน				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ ค่อย เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
47. หากมีเสาอากาศโทรศัพท์รุ่นใหม่ ที่รับส่งสัญญาณฟรีทีวี ได้คมชัด ไม่ต้องจ่าย รายเดือน มาเสนอบริการ ท่านจะตอบรับและขอยกเลิก ทรูวิชั่นส์					
48. หากมีเคเบิลทีวีหรือจานรับดาวเทียมรายอื่น มาเสนอบริการ ด้วยราคาถูกกว่า ท่านจะตอบรับและขอยกเลิก ทรูวิชั่นส์					
49. หากมีธุรกิจระบบเคเบิลทีวี ผ่านทางระบบ Internet มาเสนอบริการ ด้วยราคาถูก กว่าท่านจะตอบรับและขอยกเลิก ทรูวิชั่นส์					
50. หากมีธุรกิจนำเสนอการติดตั้งกล่องให้บริการทรูวิชั่นส์ โดยไม่ต้องเสีย ค่าบริการรายเดือน ท่านจะตอบรับและขอยกเลิก ทรูวิชั่นส์					

ส่วนที่ 6 ข้อมูลการใช้งานของสมาชิก ทรูวิชั่นส์

คำแนะนำ: กรุณาระบุตัวเลขจำนวนปีและเดือน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

51. ระยะเวลาที่รับบริการ ทรูวิชั่นส์ ที่ผ่านมา (กรุณาระบุเป็นตัวเลข)

ตอบ

..... ปี เดือน

52. ท่านสมาชิกคิดว่า จะรับบริการ ทรูวิชั่นส์ อีกนานเท่าไร ? (กรุณาระบุเป็นตัวเลข)

ตอบ

..... ปี เดือน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์เวลาอันมีค่า
ในการตอบแบบสอบถามนี้

ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
คุณกมลลักษณ์ คทากรณ์ทรัพย์กุล	รักษาการผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่: หน่วยงาน ซี เอ็น โอ แอนด์ เอ็ม บริษัท ทู มัลติมีเดีย จำกัด
คุณทศพร ยิมสุโท	ผู้จัดการ: หน่วยงาน โอเปอร์เรชั่น แอนด์ แมนทีแนนซ์ พื้นที่ 4 บริษัท ทู มัลติมีเดีย จำกัด
คุณไพศาล เจริญวิภาส	ผู้จัดการ: หน่วยงาน ที ยู ซี พื้นที่ 1.1 บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ภาคผนวก ค
ผลการตรวจแบบสอบถาม

ผลการตรวจแบบสอบถาม

เรื่อง “การเก็บรักษาผู้รับบริการโรทักส์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทฤษฎีขั้นต้น”

คำชี้แจง : จากผลพิจารณาข้อคำถามจากแบบสอบถาม ตัวเลือกที่พิจารณาตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน

- 1 หมายถึง คำถามนั้นใช้ไม่ได้และเขียนข้อเสนอแนะ
- 0 หมายถึง คำถามนั้นต้องปรับปรุงแก้ไข
- 1 หมายถึง คำถามนั้นมีความเหมาะสมดี ใช้ได้

ผลการรวมคะแนน ดังนี้

ส่วนของผู้เชี่ยวชาญ ส่วนที่ 1

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 3	ผลเฉลี่ย คะแนน	สิ่งที่ควรปรับปรุง/ข้อเสนอแนะ
1.	1	1	1	1	
2.	1	1	1	1	
3.	1	1	1	1	
4.	1	1	1	1	
5.	1	1	1	1	

ส่วนของผู้เชี่ยวชาญ ส่วนที่ 2 และ 3

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 3	ผลเฉลี่ย คะแนน	สิ่งที่ควรปรับปรุง/ข้อเสนอแนะ
6.	1	1	1	1	
7.	1	1	1	1	
8.	1	1	1	1	
9.	1	0	1	0.667	
10.	1	1	1	1	
11.	1	1	0	0.667	
12.	1	1	0	0.667	

ส่วนของผู้เชี่ยวชาญ ส่วนที่ 2 และ 3 (ต่อ)

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 3	ผลเฉลี่ย คะแนน	สิ่งที่ควรปรับปรุง/ข้อเสนอแนะ
13.	1	1	1	1	
14.	0	1	1	0.667	
15.	1	1	1	1	
16.	1	1	1	1	
17.	1	1	1	1	
18.	1	1	1	1	
19.	1	1	1	1	
20.	1	1	1	1	
21.	1	1	1	1	
22.	0	1	1	0.667	
23.	1	1	1	1	
24.	1	1	0	0.667	
25.	1	1	0	0.667	
26.	1	1	1	1	
27.	1	1	1	1	
28.	1	1	1	1	
29.	1	0	1	0.667	
30.	1	1	1	1	
31.	1	1	1	1	
32.	1	1	1	1	
33.	1	1	1	1	
34.	1	1	1	1	
35.	1	1	1	1	
36.	1	1	1	1	

ส่วนของผู้เชี่ยวชาญ ส่วนที่ 4

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 3	ผลเฉลี่ย คะแนน	สิ่งที่ควรปรับปรุง/ข้อเสนอแนะ
37.	1	0	1	0.667	
38.	1	1	0	0.667	
39.	1	1	1	1	
40.	1	1	1	1	
41.	1	1	1	1	
42.	0	1	1	0.667	
43.	1	1	1	1	
44.	1	1	1	1	
45.	1	1	0	0.667	
46.	1	1	1	1	

ส่วนของผู้เชี่ยวชาญ ส่วนที่ 5

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 3	ผลเฉลี่ย คะแนน	สิ่งที่ควรปรับปรุง/ข้อเสนอแนะ
47.	1	1	0	0.667	
48.	1	1	1	1	
49.	1	1	1	1	
50.	1	1	1	1	

ส่วนของผู้เชี่ยวชาญ ส่วนที่ 6

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ที่ 3	ผลเฉลี่ย คะแนน	สิ่งที่ควรปรับปรุง/ข้อเสนอแนะ
51.	1	1	1	1	
52.	1	1	1	1	

บรรณานุกรม

- กาญจนา ชนะชัยสุวรรณ. (2545). *ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโฆษณาในยูบิซีเคเบิลทีวี*.
วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิงพร ทองใบ. (2549). *กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์-
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กฤษณ์ เวชสาร. (2542). *การวิจัยการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์-
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ-สถิติเพื่อการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 5)*.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตรวรรณ สุจี. (2548). *เสรีภาพของสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์-
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). *การจัดการและการตลาดบริการ*. กรุงเทพมหานคร:
ส. เอเซียเพรส.
- ชาญยุทธ เสงตระกุล. (2542). *นโยบายด้านการสื่อสารของรัฐ: ศึกษาเฉพาะกรณี
โทรทัศน์บอกรับสมาชิก (เคเบิลทีวี)*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหา-
บัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชิบ จิตนิยม. (2534). *ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่ม
ประชาชนของผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกร, นิทัศน์ คณะวรรณ และธีรพล แซ่ตั้ง. (2548). *IRM: CRM
การตลาดมุ่งสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร: เม็ดทราย.
- ณัฐพัชร ลือประดิษฐ์พงษ์. (2549). *คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า*. กรุงเทพมหานคร:
ประชุมทอง.
- ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์. (2551). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

บริษัท ทรูมัลติมีเดีย จำกัด. (2553). รายงานจำนวนผู้รับบริการประจำปี พ.ศ. 2552.

กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

บริษัท ทรูมัลติมีเดีย จำกัด. (2553). รายงานจำนวนผู้รับบริการประจำเดือนมิถุนายน

2553. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

ทรวิชันส์. (2553). วิสัยทัศน์และภารกิจของบริษัท. ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2553,

จาก <http://www.truevisionstv.com>

ชนวรรณ แสงสุวรรณ, ยงยุทธ ฟูพงศ์ศิริพันธ์, ยุทธนา ธรรมเจริญ อุไรวรรณ เข้มนิยม, อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า, รัชกร หนูนุกักดี และพิสมัย แสงมหาชัย. (2546). การจัดการการตลาด. กรุงเทพมหานคร: เอช. เอ็น. กรุ๊ป.

นงนุช กันเลิศ. (2543). ปัญหาข้อกฎหมายเกี่ยวกับการลักลอบรับสัญญาณโทรทัศน์ทางสายระบบบอกรับเป็นสมาชิก (เคเบิลทีวี): ศึกษากรณีการใช้อุปกรณ์การรับเลียนแบบ. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ปริญ ลักขิตานนท์. (2544). หนังสือจิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 3).

กรุงเทพมหานคร: อินโฟเมอร์เซียล มาร์ก.

ปลายฝัน สุขารมย์. (2536). สร้างบริการให้เป็นเลิศ. กรุงเทพมหานคร: เอช-เอน การพิมพ์.

พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา. (2544). หนังสือการบริหารการตลาด การวิเคราะห์กลุ่มยุทธ์ และการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศลกุล. (2549). เทคนิคการสร้างระบบบริการให้เป็นเลิศ.

กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี.

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2537). การจัดการการตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์แสงดาว.

วรรณคำ (นามแฝง). (2546). สร้างแบรนด์ด้วยศรัทธา. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์ผู้จัดการ.

ศิริกุล เลากัยกุล. (2546). สร้างแบรนด์. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์.

- ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์. (2538). *ทฤษฎีและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภกร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช และปริญ ลักขิตานนท์. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, สุดา สุวรรณภรณ์, ชวลิต ประภาวนนท์ และ สมศักดิ์ วานิชยาภรณ์. (2545). *องค์การและการจัดการ* (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพมหานคร: ชรรรมสาร.
- ศุภชัย นาทะพันธ์. (2551). *การควบคุมคุณภาพ (Quality control)*. กรุงเทพมหานคร: วี พรินท์.
- สุนทรี ศิลปสาคร. (2549). *การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูบิซเคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ-มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุภาพร ทิพย์รัตน์. (2547). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมยูบิซเคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: วิสิทธิ์พัฒนา.
- King, G. (2006). *A critical realist approach to the relationship between customer satisfaction, its attributes and profitability*. Doctor of Philosophy, University of South Australia, Australia.
- Butcher, K. (2000). *Effects of relational outcomes on customer loyalty*. Doctor of Philosophy, Institution Griffith University, Australia.
- Porter, M. E. (1998). *The competitive advantage of nations*. New York: Simon & Schuster.

ประวัติผู้เขียน



ชื่อ ชื่อสกุล

ณที เดชาราชกุล

วัน เดือน ปีเกิด

14 กันยายน 2515

สถานที่เกิด

จังหวัดอุดรธานี

วุฒิการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

จากวิทยาลัยเทคนิคอุดรธานี ปีการศึกษา 2535

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต

จากมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2538

ตำแหน่งหน้าที่

การงานปัจจุบัน

ผู้จัดการ

โอเปอร์เรชั่น แอนด์ เมนเทนแนนซ์ พื้นที่ 1

บริษัท ทรูมัลติมีเดีย จำกัด

