

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS) ในเขตจังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี (2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (3) เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี และ (4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี

การศึกษานี้กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (probability sampling) ในลักษณะการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวัดความเชื่อมั่น พบว่าค่าความเชื่อมั่นของความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เท่ากับ 0.966 ค่าความเชื่อมั่นของการรับรู้คุณภาพการบริการ เท่ากับ 0.971 และค่าความเชื่อมั่นของความพึงพอใจของลูกค้า เท่ากับ 0.979

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t test การทดสอบ One-way analysis of variance ANOVA เปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation coefficient)

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19-25 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการ อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านคำบอกเล่า รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้านคำบอกเล่า อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ สนับสนุนให้เพื่อนหรือคนรู้จักไปใช้สินค้าและบริการของ AIS รองลงมาคือ แนะนำการใช้สินค้าและบริการของ AIS แก่เพื่อน ๆ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พุดสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับสินค้าและบริการของ AIS ให้ผู้อื่นฟัง

2. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ชอบสินค้าและบริการของ AIS มากกว่าบริษัทอื่น ๆ รองลงมาคือ สามารถจัดอันดับให้สินค้าและบริการของ AIS อยู่ในอันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น ๆ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ จะยังคงมีความชอบต่อสินค้าและบริการของ AIS ต่อไปอีกเรื่อย ๆ

3. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้านการแสวงหา อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ จ่ายเงินทั้งหมดตามที่ตั้งใจไว้แต่แรกเมื่อมาใช้สินค้าและบริการของ AIS (รองลงมาคือ ใช้สินค้าและบริการของ AIS เพียงเจ้าเดียว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ใช้สินค้าและบริการทุกชนิดของ AIS เกือบทุกชนิด

4. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มั่นใจและพูดได้เต็มปากว่าใช้สินค้าและบริการทุกชนิดของ AIS รองลงมาคือ สินค้าและบริการทุกชนิดของ AIS เป็นเสมือนสินค้าและบริการประจำตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ สินค้าและบริการทุกชนิดของ AIS มีลักษณะที่ตรงกับรสนิยม

5. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้านการไต่ร่ครองเป็นพิเศษ อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ นึกถึง AIS เพียงเจ้าเดียว เมื่อต้องใช้สินค้าและบริการ รองลงมาคือ หากใช้สินค้าและบริการบริษัทอื่น จำเป็นต้องใส่ใจในรายละเอียดมากขึ้น ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ได้ไต่ร่ครองมาเป็นอย่างดีแล้ว สำหรับการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าและบริการของ AIS

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัด ปทุมธานี

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงาน รองลงมาคือ ด้านความมั่นใจได้ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย รองลงมาคือ ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ เช่น ป้ายราคา ป้ายโฆษณา เป็นต้น มีความชัดเจนและสวยงาม ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ตัวอาคาร การตกแต่งภายนอกและภายใน มีความสวยงาม

2. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ด้านความเชื่อถือได้ อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เมื่อ AIS สัญญาหรือโฆษณาสิ่งใดไว้แล้ว สามารถทำได้ตามสิ่งนั้นอย่างถูกต้อง รองลงมาคือ ไม่เคยคิดเงินเกินหรือไม่เคยบริการผิดพลาด ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การเปิด-ปิด ให้บริการตรงตามเวลาที่แจ้งไว้

3. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงาน อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา รองลงมาคือ พนักงานทุกคนช่วยเหลือและให้บริการด้วยความเต็มใจ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานแนะนำขั้นตอนการใช้บริการและข้อจำกัดอย่างชัดเจน

4. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ด้านความมั่นใจได้ อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีการรับรู้

คุณภาพการบริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานมีทักษะในการบริการ รองลงมาคือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ในการบริการ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานมีสัมมาคาราวะต่อท่าน มีความสุภาพอ่อนโยน

5. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานให้ความสนใจเมื่อเข้ามาใช้บริการ รองลงมาคือ พนักงานคอยให้ความเอาใจใส่เวลาที่เข้ามาใช้บริการ ส่วนข้อที่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานมีความเข้าใจในความต้องการแต่ละอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความพึงพอใจต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความพึงพอใจต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การรับสายและโทรออก รองลงมาคือ คุณภาพสัญญาณระหว่างสนทนา ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความครอบคลุมของสัญญาณ

2. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความพึงพอใจต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้านราคาอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยข้อที่มี

ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การกำหนดราคาตามช่วงเวลา รองลงมาคือ อัตราค่าบริการ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคู่แข่ง เช่น บัตรเติมเงิน

3. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของ AIS ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ จำนวนคู่สายการให้บริการของศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ รองลงมาคือ จำนวนศูนย์บริการที่ให้บริการ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การชำระค่าบริการที่ให้บริการ

4. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของ AIS ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของ AIS อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความหลากหลายของโปรโมชั่น รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (โทรทัศน์, นิตยสาร ฯลฯ)

5. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของ AIS ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความสุภาพของพนักงานในการให้บริการ รองลงมาคือ ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความสามารถในการบริการของพนักงาน

6. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของ AIS ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความถูกต้องของกระบวนการให้บริการในขั้นตอน รองลงมาคือ ความทันสมัยของเทคโนโลยีในการบริการ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความรวดเร็วในการบริการต่าง ๆ

7. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความพึงพอใจต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า
- ลูกค้ามีความพึงพอใจ ต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีห้องรับรอง และที่นั่งพักผ่อนในระหว่างการรอให้บริการ รองลงมาคือ สภาพภายในศูนย์บริการ เช่น การตกแต่ง โต๊ะ เก้าอี้ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ สภาพภายในร้านจัดจำหน่าย เช่น การแสดงสินค้า แสงสว่าง เป็นต้น

ผลการเปรียบเทียบระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า

1. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการ ใช้สินค้าและบริการของ AIS โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการ ใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้านคำบอกเล่าด้านความหนักแน่น ในสิ่งที่ชอบ ด้านการแสดงตัว ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน และด้านการไต่รตรง เป็นพิเศษ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการ ใช้สินค้าและบริการของ AIS โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการ ใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้านคำบอกเล่าด้านความหนักแน่น ในสิ่งที่ชอบ ด้านการแสดงตัว ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน และด้านการไต่รตรง เป็นพิเศษ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความจงรักภักดี ต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มี สถานภาพต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการ ใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้าน-

คำบอกเล่าด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ด้านการแสดงตัว ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน และด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.05

4. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้านคำบอกเล่าด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ด้านการแสดงตัว ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน และด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้านคำบอกเล่าด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ด้านการแสดงตัว ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน และด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อในการใช้สินค้าและบริการของ AIS โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ด้านคำบอกเล่าด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ด้านการแสดงตัว ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน และด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ กับระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี

• จากการศึกษาพบว่า

1. ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม ในระดับปานกลาง

1.1 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านคำบอกเล่า ในระดับปานกลาง

1.2 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ในระดับต่ำ

1.3 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านการแสดงตัว ในระดับปานกลาง

1.4 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน ในระดับปานกลาง

1.5 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ ในระดับปานกลาง

2. ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม ในระดับสูง

2.1 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านคำบอกเล่า ในระดับปานกลาง

5.2 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจได้ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ในระดับต่ำมาก

5.3 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจได้ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านการแสดงตัว ในระดับต่ำ

5.4 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจได้ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน ในระดับต่ำ

5.5 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจได้ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านการไต่รตรงเป็นพิเศษ ในระดับต่ำ

6. ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ไม่มี ความสัมพันธ์ กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้า ในเขตจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.1 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ไม่มี ความสัมพันธ์ กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้า ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านคำบอกเล่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.2 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ไม่มี ความสัมพันธ์ กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้า ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.3 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ไม่มี ความสัมพันธ์ กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้า ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านการแสดงตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.4 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ไม่มี ความสัมพันธ์ กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้า ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.5 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ไม่มี ความสัมพันธ์ กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าใน .เขตจังหวัดปทุมธานี ด้านการไต่รตรงเป็นพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจของลูกค้า กับระดับความ-
จงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี**

1. ระดับความพึงพอใจ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในเชิงลบ กับระดับความ-
จงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้าน
ความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ในระดับต่ำมาก
2. ระดับความพึงพอใจ ด้านราคา มีความสัมพันธ์ในเชิงลบ กับระดับความ-
จงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้าน
ความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ในระดับต่ำมาก
3. ระดับความพึงพอใจ ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์ในเชิงลบ กับระดับความ-
จงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้าน
ความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ในระดับต่ำมาก
4. ระดับความพึงพอใจ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ในเชิงลบ
กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัด
ปทุมธานี ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ในระดับต่ำมาก

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและ
บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS)
ในเขตจังหวัดปทุมธานี มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความจงรักภักดีที่มีต่อการ ใช้สินค้าและบริการ
AIS โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้าในเขตจังหวัด

ปทุมธานี มีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการ AIS อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านคำบอกเล่า ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน ด้านการแสดงตัว ด้านความ-
 •หนักแน่นในสิ่งที่ชอบ และด้านการได้ตรงตรงเป็นพิเศษ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัย
 ของ เอกชัย ถิ่นสุวรรณ (2545, หน้า 40-96) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ
 การรับบริการของศูนย์บริการ โทรศัพท์ทะเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
 สาขาฟอร์จูนทาวน์รัชดาภิเษก ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจในด้านสถานที่ประกอบการ
 ความรวดเร็วของการบริการ ความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ การประชาสัมพันธ์
 ข้อมูลข่าวสารและด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่าอยู่ในระดับพอใจ และสอดคล้องกับ
 งานวิจัยของ จีราวรรณ เอี่ยมชลวิเลิศ (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การรับรู้ ความภักดีใน
 ตราสินค้า และพฤติกรรมการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายรายเดือนของบริษัท
 โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
 พบว่าความภักดีในตราสินค้าของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายรายเดือนของบริษัท
 โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก

ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ของลูกค้าใน
 เขตจังหวัดปทุมธานีโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า
 ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ของลูกค้าในเขต
 จังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของ
 พนักงาน ด้านความมั่นใจได้ ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือได้ และด้าน
 ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จีราวรรณ เอี่ยมชล-
 วิเลิศ (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การรับรู้, ความภักดีในตราสินค้าและพฤติกรม
 การใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายรายเดือนของบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมู-
 นิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการรับรู้ของ
 โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายรายเดือนของบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด
 (มหาชน) ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความ-
 เชื่อมั่น ด้านการเข้าถึงจิตใจ อยู่ในระดับมาก

ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้สินค้าและ
 บริการ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาใน

รายละเอียดพบว่าข้อที่ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ต่างกับผลงานวิจัยของ ณรงค์ชัย อินทรวิชัย (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเป็นลูกค้าแบบจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการกรณีศึกษาบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัดมหาชน (DTAC) สำนักงานสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการด้านราคาของสินค้าและบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าและบริการและด้านส่งเสริมการตลาดของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการ DTAC อยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านคำบอกเล่าด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ด้านการแสดงตัว ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน และด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ต่างกับผลงานวิจัยของ ณรงค์ชัย อินทรวิชัย (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเป็นลูกค้าแบบจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการกรณีศึกษาบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัดมหาชน (DTAC) สำนักงานสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าลูกค้าที่มีเพศ แตกต่างกันจะมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการ โดยรวมแตกต่างกัน

ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านคำบอกเล่าด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ด้านการแสดงตัว ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน และด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ แตกต่างกัน

อย่างไร้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ต่างกับผลงานวิจัยของ ณรงค์ชัย อินทวิชัย (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเป็นลูกค้าแบบจงรักภักดีต่อตราสินค้า และบริการกรณีศึกษาบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัดมหาชน (DTAC) สำนักงานสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการโดยรวมแตกต่างกัน

ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านคำบอกเล่าด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ด้านการแสดงตัว ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน และด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ต่างกับผลงานวิจัยของ ณรงค์ชัย อินทวิชัย (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเป็นลูกค้าแบบจงรักภักดีต่อตราสินค้า และบริการกรณีศึกษาบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัดมหาชน (DTAC) สำนักงานสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าลูกค้าที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการโดยรวมแตกต่างกัน

ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านคำบอกเล่าด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ด้านการ-แสดงตัว ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน และด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ต่างกับผลงานวิจัยของ ณรงค์ชัย อินทวิชัย (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเป็นลูกค้าแบบจงรักภักดีต่อตราสินค้า และบริการกรณีศึกษาบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัดมหาชน (DTAC) สำนักงานสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการโดยรวมแตกต่างกัน

ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี

• ในภาพรวม ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญณรงค์ โชคบำรุงสุข (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการ และความภักดีต่อการบริการในธุรกิจร้านยา ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าคุณภาพของการบริการที่ผู้รับบริการรับรู้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีต่อการบริการในธุรกิจร้านขายยาในระดับสูง ($R = 0.719, p < .05$)

ระดับความพึงพอใจ ด้านราคา มีความสัมพันธ์ในเชิงลบ กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ในระดับต่ำมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรงค์ชัย อินทวิชัย (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเป็นลูกค้าแบบจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการกรณีศึกษาบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัดมหาชน (DTAC) สำนักงานสาขาภาคตะวันออก พบว่าความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของลูกค้าในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันกับการเป็นลูกค้าแบบจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกได้แก่ในด้านของความพึงพอใจด้านราคา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS) ในเขตจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้มาเป็นพื้นฐาน และนำมาสังเคราะห์กับหลักวิชาการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม และพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองกับ ความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นรักษาความจงรักภักดีของลูกค้า และรักษาส่วนแบ่งทาง-

การตลาดไวให้มากที่สุด ซึ่งผู้บริโภคก็จะได้รับผลประโยชน์ในท้ายที่สุด สามารถสรุปได้ดังนี้

- 1. ผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่ใช้บริการได้ เช่น จัดการส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้หญิงที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ จากผลการศึกษางานวิจัยครั้งนี้พบว่า ลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท
- 2. ผู้บริหารควรเพิ่มความพึงพอใจด้านราคา ให้เพิ่มมากขึ้น โดยการสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้าว่าอัตราค่าบริการที่เสียไปนั้นมันสูงก็จริงแต่บริการที่ลูกค้าได้รับกลับไปนั้นมันคุ้มค่ากับอัตราค่าบริการที่เสียไป เมื่อลูกค้ารับรู้ความคุ้มค่านั้นจะทำให้มีความพึงพอใจมากขึ้น
- 3. ผู้บริหารควรที่จะทำการวิจัย ค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคในยุคที่เทคโนโลยีกำลังเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว เช่น มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตรงใจผู้บริโภคให้มากขึ้น เช่น การโทรศัพท์แล้วสามารถเห็นผู้ที่เราสนทนาด้วย หรือการรับส่งข้อมูลผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยความเร็วสูงผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถตอบสนองกลุ่มที่ต้องการใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าได้เป็นอย่างดี
- 4. ควรเพิ่มข้อมูลของผลิตภัณฑ์/บริการ ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย การมีข้อมูลที่ใหม่ ทันสมัยและเป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา จะทำให้เกิดความน่าสนใจและสามารถกระตุ้นให้ลูกค้าใช้บริการได้มากขึ้น ทั้งนี้ควรเร่งขยายเครือข่ายการให้บริการเสริมด้านข้อมูลให้ครอบคลุมทั่วประเทศในระยะเวลาอันใกล้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัดและ/หรืออยู่ในพื้นที่ที่เครือข่ายยังไม่ครอบคลุมในปัจจุบัน เพื่อเพิ่มช่องทางและโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์/บริการ ให้มากขึ้นนั่นเอง
- 5. ควรให้ความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติและความสามารถของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อทำให้ผู้ที่ยังไม่ได้ใช้บริการมีการรับรู้ที่ดีขึ้นและกลายเป็นผู้ใช้บริการในอนาคต โดยการให้ข้อมูลความรู้ (educate) กับผู้บริโภค เนื่องจากผู้ใช้บริการ โทรศัพท์

เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ยังมีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งการนำระบบเทคโนโลยีไร้สายมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกด้านการติดต่อสื่อสาร เป็นจุดแข็งของธุรกิจการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และผู้ให้บริการควรมีการพัฒนาเครือข่ายเพื่อรองรับข้อมูลมัลติมีเดียให้สามารถรับส่งข้อมูลด้วยความเร็วสูง มีบริการเสริมที่หลากหลาย ใช้เวลาในการดาวน์โหลดข้อมูลต่ำ และอัตราค่าบริการต่ำ เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความนิยมในการใช้บริการด้านการติดต่อสื่อสารด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่มากยิ่งขึ้น

6. ผู้ให้บริการจึงต้องให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของสัญญาณ และความครอบคลุมของพื้นที่ให้บริการมากที่สุด เพื่อก่อให้เกิดความสะดวก และช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น ส่วนสาเหตุอื่น ๆ ในด้านผลิตภัณฑ์ผู้ให้บริการสามารถนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นพัฒนาโครงสร้างเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในการสร้างโอกาสเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

7. ควรเน้นให้ความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์พร้อมทั้งสาธิตวิธีใช้บริการของเครื่องโทรศัพท์เพื่อให้เกิดการรับรู้ถึงความสามารถในการรองรับข้อมูลมัลติมีเดียของเครือข่ายว่าสามารถใช้งานได้จริง เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้กลายเป็นฐานลูกค้า และเกิดการขยายการใช้บริการเพิ่มขึ้นในอนาคต

8. ควรมีการส่งเสริมการขายมากยิ่งขึ้น เพื่อรักษาและเพิ่มฐานลูกค้า ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการมีการเลือกใช้โปร โมชัน ได้ตามต้องการมากยิ่งขึ้นและอาจมีการออก Loyalty Program เกี่ยวกับคะแนนสะสมแต้ม สามารถนำมาแลกของรางวัลต่าง ๆ ที่น่าสนใจมากขึ้น เช่น แลกค่าโทร ตั๋วหนัง โหลดเพลงรอ เป็นต้น

9. ควรที่จะการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น โดยการจัดกิจกรรมปลูกป่า รักรักรักร่วมกับลูกค้า เพื่อเป็นการให้บริษัทและพนักงานมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ตอบแทนสังคม และเข้าถึงจิตใจรวมถึงสร้างการรับรู้ให้กับผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

10. ควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรักในด้านการบริการอย่างต่อเนื่อง หรือควรมีการจัดการให้คะแนนความพึงพอใจพนักงานหลังลูกค้ามีการใช้บริการเสร็จแล้ว เพื่อจะทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

11. ควรให้ความสำคัญในด้านความเชื่อถือของบริษัท ซึ่งควรเน้นคุณภาพและประสิทธิภาพการบริการของบริษัท โดยการสร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัทมากยิ่งขึ้น เช่นการออก Road Show ทั่วประเทศ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจคุณภาพการให้บริการ และครองใจลูกค้าแบบระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้านปัจจัยอื่น ๆ เช่น คุณภาพการให้บริการจากศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และเพื่อเพิ่มศักยภาพในการขยายฐานลูกค้าได้
2. ควรมีการศึกษาด้านความจงรักภักดี ความคาดหวังและการรับรู้จริงของผู้ใช้บริการเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนา และรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ให้ได้มากที่สุด
3. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ทักษะคน และความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง ที่สร้างรายได้ให้กับบริษัท เช่น กลุ่มลูกค้าเซเรเนด