

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



247703



บัญชีที่มีผลต่อระดับความเจริญก้าวหน้าของลูกค้านำในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี

เกศนภา ไชยจันทร์ ชะเลน

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
ปีการศึกษา 2553

๒๐๐๒๕๒๐๗๑

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี



เกศนภา ไไลชานคร้ำ ยะเสน

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
ปีการศึกษา ๒๕๕๓
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

FACTORS AFFECTING THE LEVEL OF CUSTOMERS' LOYALTY IN THE USE
OF MOBILE PHONE PRODUCTS AND SERVICES PROVIDED BY
ADVANCE INFO SERVICE PUBLIC COMPANY LIMITED
IN PATHUM THANI PROVINCE

KEDNAPHA LYSANDRA YASAN

A THISIS PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY
IN PARTAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(MARKETING)

2010

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้า
และบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์
เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี

ชื่อผู้เขียน นางสาวเกศนภา ไไลซานคร้ำ ยะเสน

สาขาวิชา การตลาด

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

อาจารย์ ดร. นารินี แสงสุข

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร. ทรรศนะ บุญขวัญ

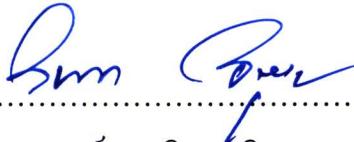
มหาวิทยาลัยรามคำแหงอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต



.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

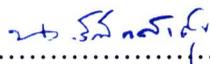
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมล พุทธิพิธ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



.....ประธานสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิทยา ชินบุตร)



.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร. นารินี แสงสุข)



.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร. ทรรศนะ บุญขวัญ)

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี

ชื่อผู้เขียน นางสาวเกศนภา ไไลซานคร้ำ ยะเสน

ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

ปีการศึกษา 2553

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. อาจารย์ ดร. นารีนี แสงสุข ประธานกรรมการ
2. อาจารย์ ดร. ทรรศนะ บุญขวัญ

247703

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี (2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (3) เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี และ (4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี

การศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (probability sampling)

ในลักษณะการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวัดความเชื่อมั่น พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี เท่ากับ 0.966 ค่าความเชื่อมั่นของการรับรู้คุณภาพการบริการ เท่ากับ 0.971 และค่าความเชื่อมั่นของความพึงพอใจของลูกค้า เท่ากับ 0.979 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t test การทดสอบ One-way analysis of variance ANOVA เปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation coefficient)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19-25 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านคำบอกเล่า ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน ด้านการแสดงตัว ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ และด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ ตามลำดับ

ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีการรับรู้คุณภาพการบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงาน ด้านความมั่นใจได้ ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ตามลำดับ

ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความพึงพอใจต่อการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

247703

ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับ ความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม ในระดับปานกลาง

ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความจงรักภักดีของ ลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

ABSTRACT

• Thesis Title	Factors Affecting the Level of Customers' Loyalty in the Use of Mobile Phone Products and Services Provided by Advance Info Service Public Company Limited in Pathum Thani Province
Student's Name	Miss Kednapha Lysandra Yasan
Degree Sought	Master of Business Administration
Major	Marketing
Academic Year	2010
Advisory Committee	

- | | |
|-------------------------|-------------|
| 1. Dr. Narinee Saengsuk | Chairperson |
| 2. Dr. Thasana Boonkwan | |

247703

In this thesis, the researcher investigates (1) the levels of customers' loyalty in the use of products and services provided by Advance Info Service Public Company Limited (AIS) in Pathum Thani province. The researcher also compares (2) the levels evinced of customers' loyalty in the use of products and services of AIS in Pathum Thani province by reference to demographical factors. Additionally, the researcher examines (3) the perceptions of service quality insofar as they affect the level of customers' loyalty in the use of these products and services. Finally, the researcher considers (4) satisfaction as a factor affecting the levels of customers' loyalty in the use of these products and services.

The researcher used the theory of probability sampling method as extrapolated to the technique of multi-stage sampling in selecting a sample population consisting of 400 AIS mobile phone customers in Pathum Thani. The instrument of research was a questionnaire constructed by the researcher concerning the loyalty of the consumers under study in using AIS products and services. The questionnaire's reliability in regard to customer loyalty was couched at the level of reliability of 0.966, while the reliability level in respect to the perception of service quality was couched at 0.971 and the reliability level pertaining to customers' satisfaction was couched at 0.979.

Techniques of descriptive statistics used in the analysis of the data obtained were frequency, percentage, mean and standard deviation. *t* test, One-way analysis of variance ANOVA, least significant difference (LSD), and correlation coefficient were also techniques employed by the researcher.

Findings are as follows:

1. Most respondents were females between the ages of nineteen and twenty-five. Most were also single, studying at a bachelor's degree level, and were students or university students with monthly income not exceeding 10,000 baht.

2. Overall, these customers in Pathum Thani province exhibited loyalty in the use of products and services provided by AIS at a high level. When considered in each aspect, it was found that loyalty was displayed at a high level in the following aspects: word of mouth; preventive participation; expression; confirmation of preferences; and deliberation.

3. Overall, these customers evinced perceptions of service quality of AIS at a high level. When considered in each aspect, it was found that it was at a high level in the following aspects: employees' responses to customers; confidence; concrete service; reliability; and understanding and empathy.

4. Overall, these customers were satisfied with the use of products and services provided by AIS at a high level. When considered in each aspect, it was found that it was at a high level in the following aspects: process; physical environment; distribution channels; marketing promotion; personnel; prices; and products.

5. The customers under study who differed in the demographical characteristics of gender, age, marital status, educational level, occupation, and monthly income did not display concomitant differences at the statistically significant level of 0.05 in respect to levels of loyalty evinced toward the use of products and services of AIS in Pathum Thani province.

6. Overall, the levels of perception of service quality were found to be positively correlated with levels of loyalty in the use of products and services of AIS in Pathum Thani province at a moderate level.

7. Finally, the levels of customers' satisfaction were found to bear no correlation with the levels of loyalty of these customers in using AIS products and services in Pathum Thani.

กิตติกรรมประกาศ

• วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้อย่างเรียบร้อยนั้น ผู้วิจัยได้ทุ่มเท ความรู้และ กำลังร่างกายแรงใจอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้วิทยานิพนธ์สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ทั้งนี้โดยได้รับความกรุณาช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน อาจารย์ ดร. นารินี แสงสุข ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้การดูแลและแนะนำช่วยเหลือ ตลอดจนถ่ายทอดวิชาความรู้ ที่ดีมาตลอดรวมทั้งขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. ทรรศนะ บุญขวัญ ที่กรุณาร่วมเป็น กรรมการสอบและให้คำปรึกษาและนำการจัดทำจนเสร็จเรียบร้อยอย่างดี ผู้วิจัยจึงขอ กราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิทยา ชินบุตร ที่กรุณาเป็นประธาน กรรมการสอบ และคณาจารย์ทุกท่านในคณะบริหารธุรกิจ ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ แนวคิด ทักษะและประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ดีตลอดมา

สุดท้ายนี้หากปรากฏด้วยคุณค่าและความดีของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขออุทิศ ให้แก่ บิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีส่วนร่วมช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์นี้ทุกท่าน

เกศนภา ไลชานคร้ำ ยะเสน

สารบัญ

	หน้า
•	
บทคัดย่อภาษาไทย.....	4
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	7
กิตติกรรมประกาศ.....	10
สารบัญตาราง.....	13
สารบัญภาพประกอบ.....	17
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
สมมติฐานของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	13
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
แนวความคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดี.....	17
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการบริการ.....	45
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณค่าที่รับรู้.....	61
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจลูกค้า.....	65
ข้อมูลธุรกิจเกี่ยวกับบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS).....	73
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	81

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	90
• การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	90
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	92
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	96
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	97
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	98
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	102
5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	143
สรุปผลการวิจัย.....	144
อภิปรายผล.....	155
ข้อเสนอแนะ.....	159
 ภาคผนวก	
ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	163
ข ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC.....	171
ค ค่าความเชื่อมั่น (reliability).....	177
บรรณานุกรม.....	183
ประวัติผู้เขียน.....	196

สารบัญญัตินาง

ตาราง	หน้า
1 จำนวน และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	103
2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม จำแนกตามรายค้าน.....	105
3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านคำบอกเล่า จำแนกเป็นรายข้อ.....	105
4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านความหนักแน่น ในสิ่งที่ชอบ จำแนกเป็นรายข้อ.....	106
5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านการแสดงตัว จำแนกเป็นรายข้อ.....	107
6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านการมีส่วนร่วม ในการป้องกัน จำแนกเป็นรายข้อ.....	108
7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านการไต่รตรง เป็นพิเศษ จำแนกเป็นรายข้อ.....	109
8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม จำแนกตามรายค้าน.....	111

ตาราง	หน้า
9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม จำแนกเป็นรายชื่อ	111
10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านความเชื่อถือได้ จำแนกเป็นรายชื่อ..	112
11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของ พนักงาน จำแนกเป็นรายชื่อ.....	113
12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านความมั่นใจได้ จำแนกเป็นรายชื่อ...	114
13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ จำแนกเป็นรายชื่อ.....	115
14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม จำแนกตามรายด้าน.....	116
15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายด้าน.....	117
16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านราคา จำแนกตามรายด้าน.....	118
17 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายด้าน.....	119

ตาราง	หน้า
18 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ การใช้สินค้าและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายค้าน.....	120
19 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ การใช้สินค้าและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านบุคลากร จำแนกตามรายค้าน.....	120
20 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ การใช้สินค้าและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้าน กระบวนการ จำแนกตามรายค้าน.....	121
21 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ การใช้สินค้าและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ จำแนกตามรายค้าน.....	122
22 ผลการเปรียบเทียบระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและ บริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามเพศ.....	123
23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความจงรักภักดี ของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามอายุ.....	124
24 ผลการเปรียบเทียบระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและ บริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามสถานภาพ.....	125
25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความจงรักภักดี ของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	126
26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความจงรักภักดี ของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามอาชีพ.....	127

ตาราง	หน้า
27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความจงรักภักดี ของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	128
28 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ กับ ระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ใน เขตจังหวัดปทุมธานี.....	130
29 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจของลูกค้า กับ ระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ใน เขตจังหวัดปทุมธานี.....	136

สารบัญภาพประกอบ

ภาพ	หน้า
1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	13
2 แบบจำลองความจงรักภักดีและผลได้.....	26