

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่ได้รับ	4
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
แนวความคิดหรือทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า	
โดยอาศัยคุณภาพ บริการ และคุณค่า	6
คุณภาพการให้บริการ(Service Quality)	11
บทที่ 3 ระเบียบและวิธีการศึกษา	14
ขอบเขตการศึกษา	14
ขอบเขตของประชากร	14
การเก็บรวบรวมข้อมูล	15
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	15
การวิเคราะห์ข้อมูล	17
ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย	17
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	18
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม	18
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	82
สรุปผลการศึกษา	82
อภิปรายผล	104
ข้อค้นพบ	109

ข้อเสนอแนะ	110
บรรณานุกรม	112
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ประวัติโดยสังเขปของ บริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด(มหาชน)	114
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	116
ประวัติผู้เขียน	124

สารบัญญัตราสาร

ตาราง	หน้า
1. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนแยกตามประเภทของธุรกิจ	19
2. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนแยกตามเพศ	19
3. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนแยกตามอายุ	20
4. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนแยกตามระดับการศึกษา	20
5. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามวัตถุประสงค์ของการใช้บริการเครือข่ายดิจิทัล	21
6. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามการใช้บริการเครือข่ายดิจิทัลของบริษัท TT&T และใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น	21
7. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความคิดเห็นต่อการให้บริการเครือข่ายดิจิทัลที่ได้รับจากบริษัท TT&T เมื่อเทียบกับการให้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น	22
8. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามการเคยยกเลิกการใช้บริการเครือข่ายดิจิทัลจากผู้ให้บริการรายอื่น	22
9. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสาเหตุของการยกเลิกการใช้บริการเครือข่ายดิจิทัลจากผู้ให้บริการรายอื่น	23
10. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามลักษณะการใช้งานจากเครือข่ายดิจิทัล	23
11. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามศูนย์ปฏิบัติงาน	24
12. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการเข้าถึงถึงลูกค้า	25
13. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร	27
14. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร	29
15. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความมีน้ำใจของบุคลากร	31

16. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน ความน่าเชื่อถือของบริษัทและบุคลากร	33
17. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน ความไว้วางใจ	35
18. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน การตอบสนองลูกค้า	37
19. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน ความปลอดภัย	39
20. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก	41
21. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน การเข้าใจและรู้จักลูกค้า	44
22. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้าน การเข้าถึงถึงลูกค้า	46
23. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้าน การติดต่อสื่อสาร	48
24. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้าน ความสามารถของบุคลากร	50
25. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้าน ความมีน้ำใจของบุคลากร	52
26. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้าน ความน่าเชื่อถือของบริษัทและบุคลากร	54
27. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้าน ความไว้วางใจ	56
28. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้าน การตอบสนองลูกค้า	58
29. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้าน ความปลอดภัย	60
30. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้าน การสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม	62

ฉ

31. แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า 65
32. แสดงข้อมูลเปรียบเทียบความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องระดับความสำคัญกับประเภทของธุรกิจที่ใช้บริการเครือข่ายดิจิทัล 67
33. แสดงข้อมูลเปรียบเทียบความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องระดับความพึงพอใจกับประเภทของธุรกิจที่ใช้บริการเครือข่ายดิจิทัล 72
34. แสดงข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการให้บริการของทีทีแอนด์ทีกับศูนย์ปฏิบัติงานของบริษัท 77
35. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความต้องการให้พนักงานของ TT&T เข้าไปตรวจสอบหรือแก้ไขระบบในวันหยุด 78
36. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะแจ้งเหตุเสียเป็นลำดับแรก 78
37. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบว่าสามารถแจ้งเหตุเสียกับ Help Desk ของบริษัท TT&T ได้ตลอด 24 ชั่วโมง 79
38. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการคู่มือในการแก้ไขเหตุเสียเบื้องต้น 79
39. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้บริษัทอบรมวิธีการใช้งานให้ 80
40. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้พนักงานของบริษัทเข้าไปตรวจสอบบำรุงรักษาอุปกรณ์เป็นช่วงๆ 80
41. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของ TT&T เมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น 81
42. เปรียบเทียบระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 85
43. แสดงข้อมูลเปรียบเทียบความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องระดับความสำคัญกับความพึงพอใจของธุรกิจประเภทสถาบันการเงิน 90
44. แสดงข้อมูลเปรียบเทียบความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องระดับความสำคัญกับความพึงพอใจของธุรกิจประเภทสื่อสาร 94
45. แสดงข้อมูลเปรียบเทียบความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องระดับความสำคัญกับความพึงพอใจของธุรกิจประเภทห้างสรรพสินค้า 97

46. แสดงข้อมูลเปรียบเทียบความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องระดับ
ความสำคัญกับความพึงพอใจของธุรกิจประเภทอุตสาหกรรม

101

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
2.1 แสดงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า (Customer Added Value) : ความสัมพันธ์ระหว่าง ความแตกต่างของการแข่งขันของผลิตภัณฑ์(Product Competitive Differential) และคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า	7
2.2 แสดงคุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้า ที่เกิดจากผลต่างระหว่างคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า ลบด้วยต้นทุนรวมของลูกค้า	8