



ระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม



โดย
นางสาวพัชรีญา จิตรประไพ
นางสาววรินทิพย์ อุ่นแก้ว

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2556



ระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2556

ระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม



โดย
นางสาวพัชรีญา จิตรประไพ
นางสาววรินทิพย์ อุ่นแก้ว

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

**THE LEVEL OF EXPECTATION AND LEVEL OF SATISFACTION TOWARD
MOBILE NETWORK OF MASTER DEGREE STUDENTS IN AMPHOE MEUANG,
NAKHON PATHOM PROVINCE.**



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

**A Research Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
Bachelor of Business Administration Program in General Business Management**

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

2013

ที่ประชุมสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้การวิจัย เรื่อง “ระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่าย
โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” เสนอโดย นางสาว
พัชรีญา จิตร์ประไพ และนางสาววรินทร์พย์ อุ่นแก้ว มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ในรายวิชา จุลนิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะ
วิทยาการจัดการ

การวิจัยเรื่อง “ระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” ได้ผ่านการนำเสนอในเวทีการ
ประชุมวิชาการทางบริหารธุรกิจระดับชาติ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ระหว่างวันที่ 31
มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2557 ณ โรงแรมดิเอ็มเพลส จังหวัดเชียงใหม่

.....
(อาจารย์นพพล โควิชัยกุล)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ เดือน พ.ศ.

.....
(อาจารย์อมรินทร์ เทวตา)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

12530088, 12530117: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่/ ความคาดหวัง/ ความพึงพอใจ

พัชรีญา จิตรประไพ และวรินทิพย์ อุ่นแก้ว: การศึกษาระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์นพดล โทวิชัยกุล. 57 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดประสงค์ คือ 1.)เพื่อศึกษาความคาดหวังที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่นำเสนอ 2.)เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่นำเสนอ 3.)เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่นำเสนอ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และใช้การวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติ t-test ในการทดสอบสมมุติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1.)กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-30 ปี มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท 2.)พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC ช่วงเวลาในการใช้โทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. (หัวค่ำถึงดึก) และตัดสินใจใช้ระบบเครือข่ายด้วยตนเอง 3.)เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง มีความแตกต่างกันในทุกๆด้าน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 บริษัทผู้ให้บริการควรจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพสัญญาณ ปรับปรุงการให้บริการให้มีความครอบคลุมและอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

คณะวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่อนักศึกษา1.....2.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

12530088, 12530117: MAJOR: GENERAL BUSINESS MANAGEMENT

KEY WORDS: MOBILE NETWORK/ EXPECTATION/ SATISFACTION

PATCHAREEYA JITPRAPAI AND WARINTIP OONKAEW: THE LEVEL OF EXPECTATION AND LEVEL OF SATISFACTION TOWORD MOBILE NETWORK OF MASTER DEGREE STUDENTS IN AMPHOE MEUANG, NAKHON PATHOM PROVINCE. RESERCH ADVISOR : NOPPADOL TOWICHAIKUL, M.Sc. 57 pp.

The purposes of this study are 1) to examine the expectations that the mobile network offer 2) to study the satisfaction of the mobile network offer and 3) to compare the expectations and satisfaction with a mobile network offer. The Samples are 400 students in master degree in amphoe Meuang, Nakhon Pathom province. The data collecting used questionnaire as the research tool, and data shown in the forms of analyzed frequency, percentage, arithmetic mean. Standard deviation and the t-test statistics for hypothesis testing.

The research results showed that: 1) the samples who consumed mobile network offer; most samples were female, aged between 26 -30 years, average monthly income from 10,000 to 20,000 baht 2.) the decision making to use mobile network brands offer ; the most popular network brands offer to use DTAC , most time to used is 8.01 pm to midnight, and the samples decided to used mobile network by themselves. 3) when compared the expectations to the satisfaction of mobile network brands they are different in every aspects, tester by 0.05 significance level. So company network provider should pay attention to develop quality mobile signal network, improve service comprehensiveness and quickly for respond the satisfied consumers.

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSIT

Academic Year 2013

Students' signature 1.....2.....

Research Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “ระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับความช่วยเหลือและความอนุเคราะห์จากบุคคลสำคัญ ดังนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์นพดล ไตวิชัยกุล อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ความกรุณาตลอดเวลา ให้ความช่วยเหลือ ช่วยชี้แนะแนวทาง ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัย รวมทั้งช่วยแก้ไขข้อบกพร่อง เอาใจใส่และติดตาม ตรวจสอบผลงานอย่างใกล้ชิดตลอดระยะเวลาในการทำวิจัย ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณผู้มีพระคุณทุกท่าน บิดา มารดา สมาชิกในครอบครัวของผู้วิจัย ที่ให้การช่วยเหลือสนับสนุนตลอดมา และขอขอบคุณเพื่อนๆที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ท้ายที่สุดนี้ขอขอบคุณพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี และขอขอบคุณทุกท่านที่ให้การสนับสนุนงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้อ่านตลอดจนผู้สนใจ สำหรับข้อบกพร่องที่พบในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขออภัยไว้ ในอันที่จะเป็นแนวทางแก้ไขงานวิจัยให้ดียิ่งขึ้นไป

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
สมมติฐานการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	3
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	5
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	7
ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	10
ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	13
ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	16
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	18
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	19
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	19
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	20
การตรวจสอบเครื่องมือ.....	21
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	21
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	22

บทที่		หน้า
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	23
	ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	24
	ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.....	25
	ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจ.....	27
	ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	36
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	41
	สรุปผลการวิจัย.....	41
	อภิปรายผล.....	46
	ข้อเสนอแนะ.....	47
	ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	48
	รายการอ้างอิง.....	49
	ภาคผนวก.....	52
	แบบสอบถาม.....	53
	ประวัติผู้ศึกษา.....	56

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญญัตราง

ตารางที่		หน้า
1	คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค และกลยุทธ์ทางการตลาด ที่เกี่ยวข้อง.....	9
2	ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาปริญญาโท จำแนกตามเพศ....	24
3	ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาปริญญาโท จำแนกตามอายุ.....	24
4	ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาปริญญาโท จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	25
5	ค่าความถี่และร้อยละการใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท.....	25
6	ค่าความถี่และร้อยละช่วงเวลาการใช้งานเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท.....	26
7	ค่าความถี่และร้อยละกลุ่มหรือบุคคลที่แนะนำเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท.....	27
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวัง โดยรวม ของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	27
9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวัง ของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านผลิตภัณฑ์..	28
10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวัง ของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านราคา.....	29
11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวัง ของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	30
12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวัง ของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในการส่งเสริมการขาย.....	31
13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจ โดยรวม ของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	32

ตารางที่	หน้า
14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านผลิตภัณฑ์.. 33
15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านราคา..... 34
16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญปัจจัย ที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย..... 34
17	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านการส่งเสริมการขาย..... 35
18	เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ด้านผลิตภัณฑ์..... 37
19	เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ด้านราคา..... 37
20	เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย..... 38
21	เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ด้านการส่งเสริมการขาย..... 39
22	เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท..... 40

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน โทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เสมือนเป็นปัจจัยที่ 5 ในการดำรงชีวิตดังจะเห็นได้จาก จำนวนผู้มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วประเทศ มีจำนวน 44,095,238 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 62,859,329 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555) เนื่องจาก โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาไม่สูง มีโปรโมชั่นให้เลือกรับใช้มากมาย และบุคคลให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารมากขึ้น โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จะอยู่ในวัยเรียนและวัยทำงาน ที่มีความต้องการติดต่อสื่อสารในเรื่องเรียน เรื่องงาน และธุระต่างๆตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

จากประมาณการมูลค่าตลาดโทรคมนาคมทั้งสิ้นในปี พ.ศ. 2555 มีมูลค่ารวมสูงถึงประมาณ 2.7 แสนล้านบาท หรือร้อยละ 2.39 เมื่อเทียบกับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาประจำปี (Gross Domestic Product: GDP at Current Market Prices) เติบโตเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2554 ร้อยละ 9-10 โดยตลาดหลักที่มีมูลค่าสูงสุดคือ ตลาดบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในสัดส่วนร้อยละ 76 ของมูลค่าตลาดรวม และคาดว่าในปี พ.ศ. 2556 มูลค่าตลาดบริการโทรคมนาคมจะยังคงเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 13 ต่อปี และเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 25 ภายในปี พ.ศ. 2559 – 2560 จากแรงขับเคลื่อนหลักในตลาดบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญจากผลของการออกใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการ โทรคมนาคมเคลื่อนที่สากล(IMT) ย่าน 2.1 GHz หรือใบอนุญาต 3G ของ กสทช. ประกอบกับแผนและแนวทางการบริหารจัดการคลื่นความถี่สำหรับบริการด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้นในปี 2556 นี้ ล้วนแล้วแต่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ข้อมูลของผู้ใช้บริการในปัจจุบันที่นิยมใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Smart Phone มากขึ้น (ฐากร ตันชาติสิทธิ์, 2556)

ตลาดระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นตลาดใหญ่ที่มีฐานลูกค้าเป็นคนทั้งประเทศ ดังนั้นเม็ดเงินในอุตสาหกรรมนี้จึงมีอยู่อย่างมหาศาล ผู้ประกอบการแต่ละรายก็เน้นเกมการตลาดเชิงรุกเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดและการเป็นผู้นำตลาด ซึ่งประเภทของการให้บริการจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ ระบบโทรศัพท์แบบรายเดือน และระบบโทรศัพท์แบบเติมเงิน ผู้ประกอบการอาจทราบกันดีว่า รายได้ที่ได้มาจากระบบเติมเงินนั้น ไม่สามารถประมาณการณได้แน่นอน เพราะขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการว่าจะเติมเงินเข้าระบบครั้งละเท่าไร แต่ระบบรายเดือนแม้จะมีฐานลูกค้าที่น้อยกว่าแต่ปริมาณการใช้ต่อหมายเลขค่อนข้างสูง และเป็นรายได้ที่แน่นอน แต่ละค่ายมือถือจึงพยายามที่จะจัด

กลยุทธ์การตลาดมาต่อสู้กันเพื่อรักษา และเพิ่มฐานลูกค้าของตน (กันยารัตน์ แปนดิษฐ์, 2552)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า แม้ธุรกิจด้านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มีผู้ประกอบการน้อยรายแต่มีการแข่งขันที่รุนแรง ผู้ประกอบการแต่ละเครือข่ายต่างจัดกลยุทธ์การตลาดมาแข่งขันเพื่อแย่งส่วนแบ่งการตลาด ดังนั้น การศึกษาระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ซึ่งได้แก่ นักศึกษาปริญญาโทของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มหาวิทยาลัยศรีสเทวิน และมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ ซึ่งนักศึกษาปริญญาโทจะใช้โทรศัพท์มือถือทั้งในเรื่องส่วนตัว เรื่องเรียน และเรื่องงานเพราะนักศึกษาปริญญาโทส่วนมากจะเรียนควบคู่ไปกับการทำงาน ทั้งนี้ สามารถนำผลการวิจัยมาพัฒนาเครือข่าย และการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น และจะช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้สามารถครองตลาดได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

สมมติฐานการวิจัย

ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกัน

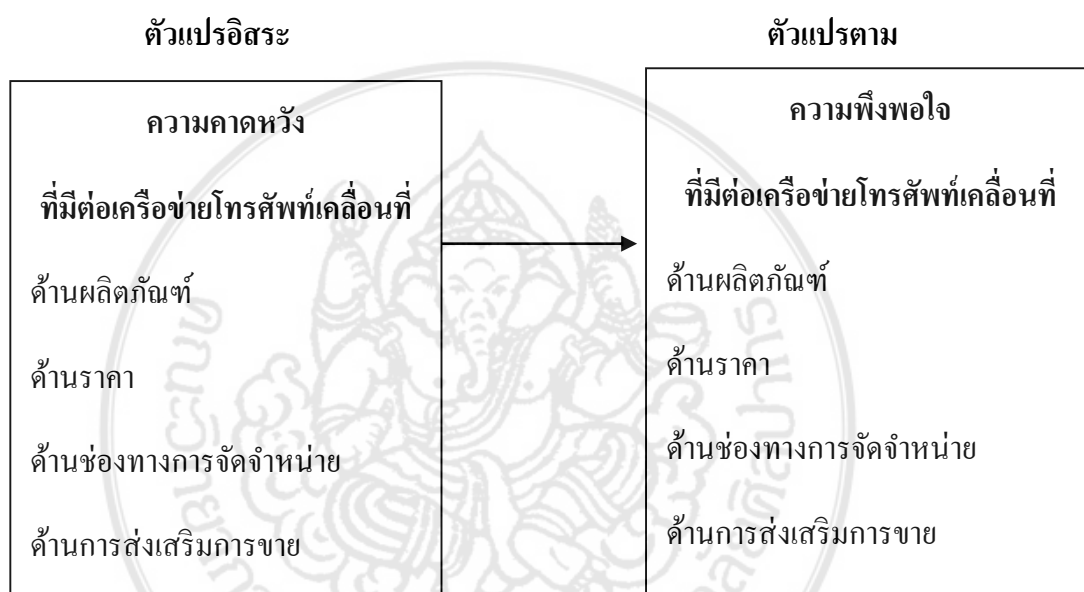
ขอบเขตของการวิจัย

1. เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามในการสอบถามข้อมูล
2. ประชากร เป็นนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
3. กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง
4. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

4.1 ตัวแปรอิสระ คือ ความคาดหวังที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้าน
ผลิตภัณท์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย

4.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้าน
ผลิตภัณท์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.ทราบถึงความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ
นักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
- 2.ทราบถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่าย
โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
- 3.เปรียบเทียบผลที่ได้ และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเครือข่ายและการให้บริการ
ของผู้ประกอบการ

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง เครือข่ายโทรศัพท์ในระบบ AIS DTAC และ
TRUE MOVE

นักศึกษาปริญญาโท หมายถึง นักศึกษาปริญญาโทในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
ซึ่งได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มหาวิทยาลัยคริสเตียน และมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต

พระราชวังสนามจันทร์

พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

ความคาดหวังที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง ความหวังที่ลูกค้าต้องการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีคุณสมบัติและคุณลักษณะตามต้องการ

ความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับการตอบสนองความต้องการในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” มีแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา คือ

1. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
6. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำธุรกิจในการสื่อสารโทรคมนาคมแบบไร้สาย มีส่วนแบ่งทางการตลาดในเชิงรายได้ที่สูงกว่า 54% ในปี 2555 และมีเลขหมายให้บริการลูกค้ามากกว่ากว่า 36 ล้านเลขหมาย บริษัทยังคงนำเสนอบริการที่เป็นเลิศยาวนานมากกว่า 22 ปี ให้กับสังคมไทยด้วยเครือข่ายคุณภาพที่ครอบคลุมมากกว่าร้อยละ 97 ของประเทศ โดยธุรกิจหลักของบริษัท และบริษัทในเครือมีดังนี้

เอไอเอสและบริษัท ในเครือให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่บนคลื่นความถี่ย่าน 900 และ 1800 เมกะเฮิร์ตซ์ ด้วยเทคโนโลยี GSM และ 3G โดยเอไอเอสได้ทำสัญญาร่วมการทำงานอายุ 25 ปี แบบสร้าง-โอนกรรมสิทธิ์ดำเนินงาน หรือ BTO (Build-Transfer-Operate) กับบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในปี 2533 เพื่อให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่บนคลื่นความถี่ 900 เมกะเฮิร์ตซ์ รวมถึงจ่ายผลตอบแทนในรูปแบบของส่วนแบ่งรายได้จากการบริการให้แก่ทีโอที นอกจากนี้ยังมีบริษัท ดิจิตอล โฟน จำกัด (ดีพีซี) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือที่ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่บนคลื่นความถี่ย่าน 1800 เมกะเฮิร์ตซ์ ภายได้สัญญาร่วมการทำงาน BTO อายุ 16 ปี กับบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ กสท ซึ่งเริ่ม ในปี 2540 ดีพีซีมีสัญญาในการเชื่อมโยงเครือข่ายกับเอไอเอสเพื่อให้ทั้ง

ผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งสองเครือข่ายสามารถใช้บริการได้ครอบคลุมทั่วประเทศนอกจากนี้ลูกค้ายังไม่พลาดการติดต่อหากเดินทางข้ามประเทศด้วยบริการข้ามแดนอัตโนมัติมากกว่า 214 ประเทศ

เอไอเอสต่อยอดประสบการณ์การเชื่อมต่อบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่แก่ลูกค้าด้วยการขยายโครงข่ายบริการข้อมูลเพื่อรองรับการใช้งานด้านบริการข้อมูลที่สูงขึ้น ตอบสนองแนวทางการใช้ชีวิตของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงไปโดยให้ลูกค้าเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างต่อเนื่องผ่านเครือข่ายคุณภาพ 3G WiFi และ EDGE+ เอไอเอสยังคงมุ่งเน้นคุณภาพของบริการเพื่อให้ลูกค้ามีประสบการณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่ดียิ่งขึ้น โดยได้เพิ่มจำนวนสถานีฐาน 3G บนคลื่น 900 เมกะเฮิรตซ์ เป็น 3,500 สถานีจากเดิม 1,884 สถานีฐานในปีที่แล้ว ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ และอีก 17 จังหวัด สนับสนุนความร่วมมือกับบริษัท จัสมิน อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) พันธมิตรทางธุรกิจในการร่วมให้บริการ WiFi ที่ความเร็วสูงสุดถึง 6 เมกะบิตต่อวินาที ผ่านจุดเชื่อมต่อจำนวนกว่า 50,000 จุดทั่วประเทศ รวมถึงคงความแตกต่างของเครือข่ายด้วยเทคโนโลยี “EDGE+” ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ซึ่งเหนือกว่า EDGE ทั่วไปด้วยความเร็วสูงสุด 296 กิโลบิตต่อวินาที ทั้งนี้ในปี 2556 ที่จะถึงนี้ ลูกค้าของเอไอเอสจะได้รับบริการ 3G เต็มรูปแบบที่ดียิ่งกว่าเดิมผ่านทาง บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (เอดับบลิวเอ็น) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของเอไอเอส ซึ่งได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในเดือนธันวาคม 2555 ที่ผ่านมา จากการประมูลคลื่นความถี่ย่าน 2.1 กิกะเฮิรตซ์ (บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน), 2556)

บริษัท โทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือน สิงหาคม 2532 เพื่อให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 800MHz และ 1800MHz โดยได้รับสัมปทานจากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 6 กันยายน 2550 บริษัทมีทุนจดทะเบียน 4,744,161,260 บาท เป็นทุนชำระแล้ว 4,735,622,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 2,367,811,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 2 บาทด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของไทยให้ก้าวหน้า รัฐบาลมีนโยบายอนุญาตให้ผู้ประกอบการภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการให้บริการ ภายใต้สัญญาสัมปทานซึ่งอยู่ในรูปแบบ สร้าง-โอน-ดำเนินการ หรือ Built-Transfer-Operate (BTO) จากรัฐวิสาหกิจ 2 ราย ซึ่งในปัจจุบันได้แปรสภาพกิจการ เป็นบริษัทจำกัดมหาชน คือ บริษัท ทีไอที จำกัด มหาชน (ทีไอที) (ชื่อเดิม คือ บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด มหาชน (ทศท.) และบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด มหาชน (กสท.)

ภายใต้สัญญา BTO ผู้ประกอบการเอกชนในฐานะผู้ได้รับสัมปทานจะดำเนินการสร้างเครือข่ายและอินเทอร์เน็ตพท์ที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายให้แก่ผู้ให้สัมปทาน และผู้ประกอบการมีสิทธิใช้เครือข่ายดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียวตลอดระยะเวลาที่ระบุในสัญญาสัมปทานและมีสิทธิให้บริการแก่ประชาชนโดยต้องแบ่งส่วนแบ่งรายได้ให้กับผู้ให้สัมปทาน (ในกรณีของดีแทค คือ กสท.) เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนกับสิทธิในการใช้คลื่นความถี่ (บริษัท โทเทิล แอลซีเอส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน), 2556)

บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

บริษัทก่อตั้งขึ้นครั้งแรกในเดือนพฤศจิกายน 2533 ในฐานะผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานภายใต้สัญญาความร่วมมืองานและร่วมลงทุนกับบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) (“ทีโอที”) ในปี 2536 บริษัทได้เปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทมหาชน และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในชื่อ บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในเดือนธันวาคม 2536 มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TA” ในเดือนเมษายน 2547 บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ภายใต้แบรนด์ทู และได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TRUE”

นอกจากนี้บริษัทยังได้รับอนุญาตให้เปิดบริการเสริมต่างๆ เช่น บริการโทรศัพท์สาธารณะและบริการอื่นๆ เพิ่มเติม โดยในปี 2542 บริษัทได้เปิดให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานพกพา WE PCT และในปี 2544 บริษัท (ผ่านบริษัทย่อย) ได้เปิดให้บริการโครงข่ายสื่อสารข้อมูลความเร็วสูง ซึ่งประกอบด้วยบริการ ADSL และบริการ Cable Modem และในปี 2546 ได้เปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหรือบริการ Wi-Fi ในปี 2550 บริษัทย่อยได้เปิดให้บริการโครงข่ายอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศและเปิดให้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศในปี 2551 (บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), 2556)

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) คือ พฤติกรรมบริโภคที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การประเมินผลในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขาหรือเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิดประสบการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา หรือ หมายถึงการศึกษาเพื่อการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538: 3)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าหรือบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่างๆ (ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ, 2550: 18)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่ม หรือองค์การ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการเป็นพฤติกรรม การซื้อ การใช้ การเลือกบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ คำตอบที่จะช่วยให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (Market strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538: 10)

ตารางที่ 1 คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง

คำถาม 6W's และ 1H	คำตอบที่ต้องการทราบ (7O)	กลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง
ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ(Who participates in the buying?)	ผู้บริโภคที่มีส่วนร่วมในการซื้อสินค้าหรือบริการ (Occasion) ได้แก่ ช่วงฤดูใดของปี ช่วงเทศกาล ช่วงวันใด ช่วงเดือนใด และโอกาสสำคัญ	กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่ การโฆษณา การให้ส่วนลดและการแจกสินค้าตัวอย่าง
ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางในการซื้อสินค้าหรือบริการ(Outlets)	กลยุทธ์ทางการจัดจำหน่าย (Place "Distribution")
ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าอย่างไร (How does the consumer buy?)	กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ(Operation) ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูลการประเมิน ผลทางการเลือก การตัดสินใจและความรู้สึกหลังการขาย	กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่ การโฆษณา การให้ส่วนลดและการแจกสินค้าตัวอย่าง

ตารางที่ 1 คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

คำถาม 6W's และ 1H	คำตอบที่ต้องการทราบ (7O)	กลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง
ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของ กลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซึ่งประกอบด้วย 1). ผู้ริเริ่ม 2). ผู้มีอิทธิพล 3). ผู้ตัดสินใจซื้อ 4). ผู้ซื้อ 5). ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ การโฆษณา และ(หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือ ช่วงฤดูใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของโอกาสพิเศษ หรือ เทศกาลวันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมาย โดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร

ตารางที่ 1 คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

คำถาม 6W's และ 1H	คำตอบที่ต้องการทราบ (7O)	กลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง
ผู้บริโภคซื้ออย่างไร(How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย 1). การรับรู้ปัญหา 2). การค้นหาข้อมูล 3). การประเมินผลทางการเลือก 4). ตัดสินใจซื้อ 5). ความรู้สึกหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้กันมากคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วยการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์(2541: 81)

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix หรือ 4 P's) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้ และ สัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้าบริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) คุณค่า (Value) สบายตาของลูกค้า จึงจะมีผลกำไรทำให้ผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) และ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation)

2. องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปลักษณ์ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า

3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

5. กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product mix) และ สายผลิตภัณฑ์ (Product line)

ราคา (Price) จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจึงต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งจะต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์ ต้นทุนต่ำ

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสาร เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า บริการหรือความคิดต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสาร โดยไม่ใช้คน (Non-personal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication : IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมีดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องการจ่ายโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือมีปฏิริยาต่อ

ความคิดหรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

3. การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) เป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าพิเศษที่กระตุ้นหน่วยงานขาย (Sale forces) ผู้จัดจำหน่าย (Distributors) หรือผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate consumer) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการขายในทันทีทันใด เป็นเครื่องมือกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าคนสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบคือ

3.1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion)

3.2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion)

3.3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sale forces promotion)

4. การกระจายข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation: PR) มีความหมายดังนี้

4.1) การให้ข่าว (Publicity) เป็นการเสนอข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน โดยผ่านสื่อการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ โดยการให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.2) การประชาสัมพันธ์ (Public relation: PR) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิด กับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

5. การตลาดทางตรง (Direct marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online marketing) มีความหมายต่างกันดังนี้

5.1) การตลาดทางตรง (Direct marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือ หมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรง ผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและการใช้สื่อต่างๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น การใช้สื่อโฆษณา เป็นต้น

5.2) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) เป็นข่าวสารการโฆษณา ซึ่งถามผู้อ่าน ผู้รับฟัง หรือผู้ชม ให้เกิดการตอบสนองกลับโดยตรงไปยังผู้ส่งสาร ซึ่งอาจจะใช้จดหมายตรงหรือสื่ออื่น เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์

5.3) การตลาดเชื่อมทางตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online marketing) หรือการตลาดผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสาร ส่งเสริม และการขายผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยมุ่งหวังกำไรและการค้า เครื่องมือที่สำคัญประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายโดยตรง การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือทางสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งจงใจให้ลูกค้ากิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใ้ลูกค้าตอบกลับ เป็นต้น

การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจการ ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การ ไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

ส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 4 อย่างนี้ ศึกษาเพื่อนำมาปรับกลยุทธ์ทางด้านต่างๆของการบริหาร แม้จะเป็นพื้นฐานของการศึกษาขององค์กรธุรกิจ แต่หากได้ศึกษาอย่างละเอียดถูกต้อง ข้อมูลเหมาะสมและเพียงพอต่อการวิเคราะห์ ก็จะสามารถปรับปรุงพัฒนากระบวนการต่างๆขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541: 33)

ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectation Theory) ซึ่งนักจิตวิทยากลุ่มปัญญานิยม เชื่อว่ามนุษย์เป็นสัตว์โลกที่ใช้ปัญญา ความคิดในการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่จะสนองความต้องการของตนเอง จึงเกิดสมมติฐานดังนี้

1. พฤติกรรมของมนุษย์ถูกกำหนดขึ้น โดยผลรวมของแรงผลักดันภายในของเขาเอง และแรงผลักดันจากสิ่งแวดล้อม
2. มนุษย์แต่ละคนมีความต้องการความปรารถนาและเป้าหมายที่แตกต่างกัน
3. บุคคลตัดสินใจที่จะทำพฤติกรรม โดยเลือกจากพฤติกรรมหลายอย่าง สิ่งที่เป็นข้อมูลให้เลือก ได้แก่ ความคาดหวังในค่าของผลลัพธ์ที่จะได้ภายหลังจากการแสดงพฤติกรรมนั้นไปแล้ว

ความคาดหวัง (Expectation Theory) เป็นความเชื่อหรือความคิดอย่างมีเหตุผล ในแนวทางที่เป็นไปได้ หรือเป็นความหวังที่คาดการณ์ว่าจะต้องการจะได้ในอนาคตของบุคคล ความ

คาดหวังจึงเป็นสภาวะทางจิตที่บุคคลคะเนล่วงหน้าแต่บางสิ่งบางอย่างว่าควรจะมี ควรจะเป็นหรือควรจะเป็นหรือควรเกิดตามความเหมาะสม (อุไรวรรณ เกิดผล, 2539: 15-16) ในเรื่องของความคาดหวังจึงมีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ได้แก่

สกาเวเดือน ปธนสมิทธิ์ (2540: 64) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า เป็นแนวคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด แล้วแสดงออกมาโดยการพูด การเขียน และการแสดงออกดังกล่าวนั้นขึ้นอยู่กับภูมิหลังทางสังคม ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งบุคคลอื่นอาจไม่เห็นด้วยก็ได้ หรืออีกกล่าวหนึ่ง ความคาดหวัง คือ การแสดงออกทางทัศนคติอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบและเป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก ทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงออกโต้ตอบสิ่งต่าง ๆ ในรูปของการยอมรับหรือปฏิเสธ จึงควรพิจารณาในด้านองค์ประกอบของทัศนคติควบคู่ไปด้วย

เบญจา นิลบุตร (2540: 10) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังเกิดจากความรู้สึกนึกคิดในการคาดคะเนเหตุการณ์ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นอย่างไร อันเป็นความปรารถนาจะให้ไปถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้ Blair (1996: 13, อ้างถึงใน วิภาดา วัฒนนามกุล, 2539: 33) กล่าวว่า ความคาดหวังเป็นค่านิยมทั้งทางบวกและทางลบที่บุคคลมีต่อผลของการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งสรุปได้ว่า ความคาดหวังเป็นความคิด ความเชื่อ ความต้องการ ความมุ่งหวังหรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งจึงเป็นการคิดล่วงหน้าโดยมุ่งหวังในสิ่งที่เป็นไปได้ว่าจะเกิดตามที่ตนคิดไว้ ทั้งนี้ความคาดหวังของบุคคลจะขึ้นอยู่กับความต้องการและเป็นไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

ทฤษฎีความคาดหวัง

อริยา คูหา (2546: 73-74) ได้กล่าวว่า มนุษย์ทุกคนที่เกิดมาบนโลกนี้ เมื่อเติบโตขึ้นในช่วงอายุหนึ่งที่มีความต้องการ ความรู้สึกเป็นของตัวเอง หรือเมื่อมีวุฒิภาวะเจริญเติบโตขึ้นในทางความคิด ทุกคนต่างก็มีเป้าหมายให้กับตัวเองเพื่อต้องการให้เกิดความสำเร็จ และในการเดินทางที่จะไปสู่เป้าหมายนั้น ทุกคนก็จะต้องมีความคาดหวังให้กับความสำเร็จนั้น เพื่อให้ความคาดหวังนั้น อาจจะเป็นความคาดหวังให้กับตัวเองหรือเป็นความคาดหวังให้กับบุคคลอื่น โดยทำการคาดหวังให้บุคคลอื่นเป็นไปตามที่ตัวเองต้องการตามเป้าหมายที่วางไว้

ผู้ที่ให้ต้นกำเนิดแห่งแนวคิดนี้ คือ Edward Tolman แต่ผู้ที่ได้เผยแพร่และสร้างทฤษฎีคือ Victor Vroom โดยที่ Vroom ให้ทฤษฎีเกี่ยวกับสมมติฐาน 4 ประการ ที่เป็นบ่อเกิดแรงจูงใจในการทำงาน กล่าวคือ

1. การคาดหวังว่าเมื่อแสดงพฤติกรรมไปแล้วจะทำสิ่งนั้นได้หรือไม่ มีความรู้ความสามารถ และมีสิ่งเอื้ออำนวยความสะดวกที่จะแสดงพฤติกรรมเพียงพอ ที่จะดำเนินได้มากเพียงใด และมีบทบาทที่สามารถแสดงความสามารถทำได้ดีเพียงพอ

2. การคาดหวังว่าเมื่อทำงานนั้นแล้ว ทำได้ดีเพียงใด

3. การคาดหวังว่าเมื่อทำงานนั้นได้แล้ว จะได้ผลลัพธ์อย่างที่ต้องการหรือไม่

4. การตีผลลัพธ์ที่ได้จากการกระทำ ถ้าเข้าเห็นว่ากระทำแล้วมีค่า เขาก็อยากทำ แต่ถ้าไม่มีค่าเขาก็ไม่สนใจ จึงสรุปได้ว่าคนเรามีแรงจูงใจในการกระทำสิ่งใด ๆ ย่อมมีความคาดหวังตามเงื่อนไขข้างต้น เพราะหากขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใดไปแล้วแรงจูงใจย่อมขาดหายไปด้วย เมื่อดูตามสภาพแล้ว ทฤษฎีเน้นเรื่องการพัฒนา โดยที่ Vroom เน้นว่า มนุษย์ควรรู้จักตนเอง รู้ขีดจำกัดและความสามารถของตน

พิไลวรรณ จันทรสุกรี (2540: 21-22) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวังตามแนวคิดของ Vroom ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

1. ความคาดหวังในความพยายามต่อการกระทำหรือการปฏิบัติงาน หมายถึง การที่บุคคลคาดหวังไว้ล่วงหน้าว่า ตนเองพยายามต่อการกระทำพฤติกรรมได้ตามความสามารถแล้ว โอกาสที่จะกระทำสิ่งนั้นได้สำเร็จมีมากน้อยเพียงใด เป็นการคิดก่อนจะทำสิ่งต่าง ๆ ว่าสามารถทำได้หรือไม่

2. ความคาดหวังในการกระทำต่อผลลัพธ์หรือผลของการปฏิบัติงาน หมายถึง การที่บุคคลหวังไว้ล่วงหน้าก่อนกระทำพฤติกรรมว่า ถ้าหากกระทำพฤติกรรมนั้นแล้ว จะได้ผลลัพธ์แก่ตนเองในทางที่ดีหรือไม่

3. ความคาดหวังในคุณค่าของผลลัพธ์หรือรางวัล หมายถึง คุณค่าจากผลของการกระทำ ที่เกิดแก่บุคคลที่แสดงพฤติกรรมนั้น ดังนั้นทฤษฎีความคาดหวัง Vroom หรือ Expectation Theory บางทีเรียกว่า VET Theory และได้กำหนดเป็นสูตรไว้ดังนี้

การจูงใจ (หรือแรงจูงใจ) = คุณค่าของผลลัพธ์ x ความคาดหวัง x ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์

1. คุณค่าของผลลัพธ์ แต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับความปรารถนาหรือความต้องการ ถ้าต้องการมากจะมีค่าเป็นบวก แต่เลข ๆ ไม่รู้สึกยินดีในร้าย จะมีค่าเป็นศูนย์ และถ้าไม่ชอบหรือไม่ต้องการจะมีค่าติดลบ

2. ความคาดหวัง คือ ความน่าจะเป็นที่การกระทำอย่างหนึ่งจะมีโอกาสที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ในระดับแรกมากน้อยเพียงใด ถ้าคนเชื่อแน่ว่า หากทำงานเต็มที่จะสามารถทำให้ได้ผลผลิตสูง

อย่างแน่นอน ความคาดหวังจะเท่ากับหนึ่ง ในทางตรงกันข้าม ถ้าเชื่อว่าถึงแม้จะพยายามทำงานหนักสักเพียงใด ก็ไม่สามารถทำผลงานออกมาในปริมาณสูงได้เลย ความคาดหวังก็จะเท่ากับศูนย์

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์ อธิบายได้ว่า แรงจูงใจของแต่ละคนจะมากหรือน้อย ย่อมขึ้นอยู่กับผลที่ได้รับ หรือที่คิดว่าสมควรจะได้รับเมื่อกระทำการนั้นสำเร็จตามเป้าหมายแล้ว ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ส่วนหนึ่งของแรงจูงใจที่บุคคลจะมีหรือไม่ หรือมีมากมีน้อย ย่อมขึ้นกับความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์

จากที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปได้ว่า บุคคลจะทุ่มเทความพยายามในการทำงานหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการพิจารณาองค์ประกอบทั้งสาม ภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด มนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความคาดหวังเสมอ ความคาดหวังจึงเปรียบเสมือนเป็นแรงผลักดันให้เกิดความต้องการ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ แต่ละบุคคลก็มีความคาดหวังไม่เท่ากันในแต่ละช่วงเวลาหรือสถานการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสภาวะที่สิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงการทำงานที่เป็นจริง เป็นการพิจารณาใช้หลักความพยายาม โดยได้รับอำนาจจากความสามารถเฉพาะตัวเป็นขอบเขตซึ่งบุคคลเข้าใจเป้าหมายกิจกรรมที่ต้องการและส่วนต่าง ๆ ของงานการทำงานนำไปสู่รางวัลก่อให้เกิดความรู้สึกประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิตและเป็นรางวัลที่ไม่มีตัวตน เช่น สภาพการทำงานและสถานะ รางวัลเหล่านี้จะช่วยให้บุคคลมองเห็นความเป็นไปได้ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจ รางวัลเหมาะสมกับความพยายามจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของแต่ละบุคคล ตลอดจนมูลค่าของรางวัลที่แท้จริง จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้วย

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่า บุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง จึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้ พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2530 กล่าวไว้ว่า “พึง” เป็นคำช่วยกริยาอื่น หมายความว่า “ควร” เช่น พึงใจ หมายความว่า ชอบใจ พอใจ และคำว่า “พอ” หมายความว่า เท่าที่ต้องการ ถูก ชอบ เมื่อนำคำสองคำมาผสมกัน “พึงพอใจ” จะหมายถึง ชอบใจ ถูกใจตามที่ต้องการ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความสุขความสบายที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นความสุขที่เกิดจากการเข้าร่วม ได้รู้และได้เห็นในกิจกรรมนั้นๆ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก

ของบุคคลในเชิงบวก สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลง ซึ่งความพึงพอใจนี้เป็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเป็นทัศนคติที่เป็นผลมาจากสภาพแวดล้อม

การศึกษาของ Knob และ Stewart ได้อ้างถึงเรื่องความพึงพอใจของปัจเจกบุคคลว่ามีความแตกต่างกันไปตามความแปรปรวนของการตอบสนองความพึงพอใจ มีพื้นฐานจากองค์ประกอบที่ซับซ้อน ลักษณะความพึงพอใจจะแสดงออกในรูปของอารมณ์ ซึ่งจากการศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ผ่านมา มักมีการพิจารณาความพึงพอใจในแง่ของทัศนคติแรงจูงใจ ความคาดหวัง การได้รับรางวัล และความสมดุลทางอารมณ์เป็นต้น (ภนิกา ชัยปัญญา, 2541: 11)

วรูม (Vroom, 1964: 99, อ้างถึงใน สุมาตรา วรรณสูตร, 2543: 29-31) กล่าวว่าทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น โดยทัศนคติด้านบวก จะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Rosenberg และ Holland (1975, อ้างถึงใน สุมาตรา วรรณสูตร, 2543: 29-31) กล่าวว่าทัศนคติประกอบด้วยสามส่วน ส่วนที่หนึ่งเป็นความรู้ความเข้าใจ กล่าวคือ เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ความนึกคิดอีกเรื่อง ส่วนที่สองเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ หรือ ความรู้สึกเกี่ยวกับอารมณ์ ส่วนที่สามเป็นเรื่องเกี่ยวกับการกระทำหรือพฤติกรรมเป็นส่วนที่มีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมเป็นส่วนที่มีผลต่อการกำหนดพฤติกรรม

วิลลิสท์ ทรียงกุล (2526: 74) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี – เลว พอใจ – ไม่พอใจ สนใจ – ไม่สนใจ เป็นต้น

จึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการจะเกิดขึ้นหรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นการวัดปริมาณความพึงพอใจในการใช้บริการอาจจะกระทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการร้องขอหรือขอความร่วมมือ จากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำตอบที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะของการบริการ ให้บริการสถานที่ ให้บริการบุคลากร เป็นต้น

2. การให้สัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริงการวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีที่ประหยัด มีประสิทธิภาพอีกวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งจะทำให้เราทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการ และหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยาท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง (สาโรช ไสยสมบัติ, 2543: 15)

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

พัชรี มาลิม และมาริสตา พระวังคำ (2555)วิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มน้ำอัดลมยี่ห้อเอส ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า หัวข้อที่ความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มีทั้งสิ้น 28 และหัวข้อที่ความคาดหวังไม่ต่างจากความพึงพอใจที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีจำนวนทั้งสิ้น 3 หัวข้อ

กฤษฎา กิจฉลอง (2553)วิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่มีต่อการซื้อสินค้าและบริการ ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการทั้ง 4 ชั้นปี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า หัวข้อที่ความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มีทั้งสิ้น 17 หัวข้อที่ความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 หัวข้อ คือ หัวข้อความหลากหลายของสินค้าและบริการ และหัวข้อที่ความคาดหวังไม่ต่างจากความพึงพอใจที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีจำนวนทั้งสิ้น 7 หัวข้อ

กนิษฐา กรายแก้ว (2550)วิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 366 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับใช้ระบบโทรศัพท์มือถือในระดับมาก

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “ระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” มีรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยประชากรและกลุ่มตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การตรวจสอบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง(Sampling Size)ในการคัดเลือกตัวอย่างประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ จึงได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง(ยูทธ ไกยวรรณ, 2545:98)โดยใช้สูตร

$$n \geq \frac{Z^2 PQ}{e^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)

z = คะแนนมาตรฐาน ระดับความเชื่อมั่น(ระดับ95% ให้มีค่าเท่ากับ 1.96)

P = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ให้มีค่าเท่ากับ0.5)

Q = มีค่า 1-P (เท่ากับ 1-0.5)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการประเมินค่าที่ยอมรับได้ (ให้มีค่าเท่ากับ 0.05)

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(1 - 0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน ดังนั้นเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างเพียงพอที่จะใช้ทดสอบ ผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทั้งหมด 400 ตัวอย่าง เพื่อป้องกัน

หากมีแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยผู้วิจัยทำการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม(Questionnaire)ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยศึกษาจากเอกสารรายงานวิจัยต่างๆ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาปริญญาโท ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน เป็นลักษณะคำถามที่กำหนดคำตอบให้เลือก (Check List)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เลือกใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ และกลุ่มบุคคลที่แนะนำให้ใช้เครือข่ายนั้นๆ เป็นลักษณะคำถามที่กำหนดคำตอบให้เลือก (Check List)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโท ที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย โดยแบบสอบถามส่วนนี้มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าLikert-scale โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5 คะแนน หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับ มาก

3 คะแนน หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับ ปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับ น้อย

1 คะแนน หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับ น้อยที่สุด

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายตามแนวทางของ (คุณทลี เวชสาร, 2545: 124) รายละเอียดดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับการให้ความสำคัญ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 หมายถึง	มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 หมายถึง	มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับ มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 หมายถึง	มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 หมายถึง	มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับ น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 หมายถึง	มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับ น้อยที่สุด

การตรวจสอบเครื่องมือ

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ใช้ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาข้อมูลทฤษฎี เพื่อศึกษาทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 2 รวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำผลการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม

ขั้นที่ 3 ปรับปรุงแบบสอบถามมาจากวิจัยของ (กนิษฐา ทรายแก้ว, 2550 : 41-45)

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหา และความชัดเจนของของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามและนำไปปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 แหล่ง คือ

1.แหล่งข้อมูลทฤษฎี ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External source) โดยการค้นคว้าจากรายงานการวิจัย หนังสือ บทความที่ได้มีการจัดทำขึ้น โดยหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และยังรวมไปถึง Website ต่างๆเกี่ยวกับเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อหาประเด็นที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดและเค้าโครงในการวิจัย

2.แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantity research) เลือกการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาปริญญาโท เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภค และคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบปิดและมีทางเลือกหลายๆทางเลือกให้เลือกตอบ เพื่อเป็นการสะดวกและรวดเร็วต่อการตอบแบบสอบถาม เลือกแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างทุกเพศ ทุกวัยที่เป็นนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยผู้วิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถามด้วยตัวเองและชี้แจงถึงเหตุผลและความจำเป็นที่ต้องศึกษาเก็บข้อมูลรวมถึงอธิบายคำถามที่ไม่เข้าใจให้กลุ่มตัวอย่างทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเต็มใจให้ความร่วมมือทำให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือที่สุด

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูล (Checking) แบบสอบถามแล้วทำการลงรหัส (Coding) ตามที่กำหนดไว้ให้เรียบร้อยแล้วจึงนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป (SPSS) เพื่อใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลดังขั้นตอนต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ เครือข่ายโทรศัพท์ที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ และกลุ่มหรือบุคคลที่แนะนำให้ใช้

3. การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยนำเสนอข้อมูลในรูปของความถี่ (Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติ t-test เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมมีต่อเค ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และเพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยทำการศึกษาจากนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้เสนอสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบค่าที (t-test)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	154	38.5
หญิง	246	61.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามเพศ ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เป็นเพศหญิง 246 คน (ร้อยละ 61.5) และเพศชาย 154 คน (ร้อยละ 38.5) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-25 ปี	129	32.3
26-30 ปี	171	42.8
31-35 ปี	73	18.3
36-40 ปี	18	4.5
มากกว่า 40 ปี	9	2.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวนนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามอายุ ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 26-30ปี

จำนวน 171 คน (ร้อยละ 42.8) รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี จำนวน 129 คน (ร้อยละ 32.3) ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 73 คน (ร้อยละ 18.3) ผู้ที่มีอายุระหว่าง 36.40 ปี จำนวน 18 คน (ร้อยละ 4.5) และผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีจำนวน 9 คน (ร้อยละ 2.3) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	53	13.3
10,000-20,000 บาท	217	54.3
20,001-30,000 บาท	116	29.0
มากกว่า 30,000 บาท	14	3.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงจำนวนนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทส่วนใหญ่ เป็นผู้มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท จำนวน 217 คน (ร้อยละ 54.3) รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 116 คน (ร้อยละ 29.0) ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 53 คน (ร้อยละ 13.3) และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 14 คน (ร้อยละ 3.5) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

เครือข่ายโทรศัพท์	จำนวน	ร้อยละ
AIS	128	32.0
DTAC	138	34.5
TRUE MOVE	134	33.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมการใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทส่วนใหญ่ ใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC จำนวน 138 คน (ร้อยละ 34.5) รองลงมาคือ TRUE MOVE จำนวน 134 คน (ร้อยละ 33.5) และ AIS จำนวน 128 คน (ร้อยละ 32.0)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละช่วงเวลาการใช้งานเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
08.00 - 12.00 น. (เช้าถึงเที่ยง)	37	9.3
12.01 - 16.00 น. (บ่าย)	73	18.3
16.01 - 20.00 น. (เย็นถึงหัวค่ำ)	116	29.0
20.01 - 24.00 น. (หัวค่ำถึงดึก)	139	34.8
00.01 - 04.00 น. (ดึก)	23	5.8
04.01 - 08.00 น. (เช้าน้ำ)	12	3.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละช่วงเวลาการใช้งานเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทส่วนใหญ่ ใช้โทรศัพท์มือถือในช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. (หัวค่ำถึงดึก) จำนวน 139 คน (ร้อยละ 34.8) รองลงมา คือ เวลา 16.01 - 20.00 น. (เย็นถึงหัวค่ำ) จำนวน 116 คน (ร้อยละ 29.0) เวลา 12.01 - 16.00 น. (บ่าย) จำนวน 73 คน (ร้อยละ 18.3) เวลา 08.00 - 12.00 น. (เช้าถึงเที่ยง) จำนวน 37 คน (ร้อยละ 9.3) เวลา 00.01 - 04.00 น. (ดึก) จำนวน 23 คน (ร้อยละ 5.8) และเวลา 04.01 - 08.00 น. (เช้าน้ำ) จำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.0)

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนร้อยละกลุ่มหรือบุคคลที่แนะนำการใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ นักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ผู้แนะนำ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจเอง	302	75.5
ครอบครัว/ญาติ	41	10.3
เพื่อน	47	11.8
อื่นๆ	10	2.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงจำนวนร้อยละกลุ่มหรือบุคคลที่แนะนำการใช้เครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลจากการศึกษา พบว่า นักศึกษาปริญญาโทส่วนใหญ่ ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 302 คน (ร้อยละ 75.5) รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 47 คน (ร้อยละ 11.8) ครอบครัว/ญาติ จำนวน 41 คน (ร้อยละ 10.3) และ อื่นๆ จำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.5)

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อ ความคาดหวังโดยรวมของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มี ต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัย	ความคาดหวัง		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.23	.485	ระดับมาก
ด้านราคา	4.18	.493	ระดับมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.26	.974	ระดับมาก
ด้านการส่งเสริมการขาย	4.20	.473	ระดับมาก
รวม	4.22	.458	ระดับมาก

จากตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวังโดยรวมของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโทมีระดับความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.26

ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.23

ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อด้านการส่งเสริมการขาย ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.20

ลำดับที่ 4 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อด้านราคา ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.18

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวังของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัย	ความคาดหวัง		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของเครือข่าย	4.10	.864	ระดับมาก
มีเครือข่ายครอบคลุม	4.15	.733	ระดับมาก
ความรวดเร็วในการให้บริการแต่ละเครือข่าย	4.42	.596	ระดับมาก
ความสะดวกในการใช้บริการต่างๆ	4.27	.692	ระดับมาก
รวม	4.23	.485	ระดับมาก

จากตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวังของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมในด้านผลิตภัณฑ์ ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.23 และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโทมี

ระดับความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อความเร็วในการให้บริการแต่ละเครือข่าย ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.42

ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อความสะดวกในการใช้บริการต่างๆ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.27

ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อการมีเครือข่ายครอบคลุม ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.15

ลำดับที่ 4 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของเครือข่าย ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.10

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวังของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านราคา

ปัจจัย	ความคาดหวัง		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	
มีความหลากหลายของราคา	4.02	.669	ระดับมาก
ค่าบริการต่ำ	4.22	.704	ระดับมาก
มีความเหมาะสมของระดับราคา	4.29	.662	ระดับมาก
รวม	4.18	.493	ระดับมาก

จากตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวังของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมในด้านราคา ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านราคา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโที่มีระดับความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านราคาที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อความเหมาะสมของระดับราคา ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.29

ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อค่าบริการต่ำ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.22

ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อความหลากหลายของราคา ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.02

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวังของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัย	ความคาดหวัง		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	
ความสะดวกในการซื้อ	4.38	2.648	ระดับมาก
ศูนย์บริการกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ	4.28	.613	ระดับมาก
มีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานคอยให้คำแนะนำ	4.12	.754	ระดับมาก
รวม	4.26	.974	ระดับมาก

จากตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวังของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.26 และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโทมีระดับความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อความสะดวกในการซื้อ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.38

ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อศูนย์บริการกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.28

ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อการมีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานคอยให้คำแนะนำ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.12

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวังของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านการส่งเสริมการขาย

ปัจจัย	ความคาดหวัง		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	
สามารถปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นได้ง่าย	4.18	.747	ระดับมาก
มีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า	4.31	.674	ระดับมาก
มีบริการส่งเสริมการขายที่หลากหลาย	3.89	.751	ระดับมาก
โปรโมชั่นมีความน่าสนใจ	4.43	.566	ระดับมาก
รวม	4.20	.473	ระดับมาก

จากตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวังของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมในด้านการส่งเสริมการขาย ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.20 และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโทมีระดับความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านการส่งเสริมการขายที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อโปรโมชั่นมีความน่าสนใจ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.43

ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อมีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.31

ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อสามารถปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นได้ง่าย ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.18

ลำดับที่ 4 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อมีบริการส่งเสริมการขายที่หลากหลาย ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.89

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวม ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัย	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.06	.770	ระดับปานกลาง
ด้านราคา	3.22	.741	ระดับปานกลาง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.00	.761	ระดับปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการขาย	3.30	.626	ระดับปานกลาง
รวม	3.14	.593	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.14 และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโทมีระดับความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการขาย ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.30

ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อด้านราคา ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.22

ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.06

ลำดับที่ 4 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัย	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของเครือข่าย	2.98	.994	ระดับปานกลาง
มีเครือข่ายครอบคลุม	3.17	.953	ระดับปานกลาง
ความรวดเร็วในการให้บริการแต่ละเครือข่าย	3.06	.997	ระดับปานกลาง
ความสะดวกในการใช้บริการต่างๆ	3.01	.964	ระดับปานกลาง
รวม	3.06	.770	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมในด้านผลิตภัณฑ์ ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.06 และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโทมีระดับความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อมีเครือข่ายครอบคลุม ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.17

ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อความรวดเร็วในการให้บริการแต่ละเครือข่าย ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.06

ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการใช้บริการต่างๆ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.01

ลำดับที่ 4 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของเครือข่าย ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 2.98

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา

ปัจจัย	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	
มีความหลากหลายของราคา	3.58	1.171	ระดับมาก
ค่าบริการต่ำ	3.22	1.041	ระดับปานกลาง
มีความเหมาะสมของระดับราคา	2.85	.868	ระดับปานกลาง
รวม	3.22	.741	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมในด้านราคา ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.22และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโทมีระดับความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านราคาที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อมีความหลากหลายของราคา ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.58

ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อค่าบริการต่ำ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.22

ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อมีความเหมาะสมของระดับราคา ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 2.85

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัย	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	
ความสะดวกในการซื้อ	2.84	.837	ระดับปานกลาง

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ต่อ)

ปัจจัย	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	
ศูนย์บริการกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ	2.91	.920	ระดับปานกลาง
มีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานคอยให้คำแนะนำ	3.23	.944	ระดับปานกลาง
รวม	3.00	.761	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโทมีระดับความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อมีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานคอยให้คำแนะนำ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.23

ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 2.91

ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการซื้อ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 2.84

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการขาย

ปัจจัย	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	
สามารถปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นได้ง่าย	3.19	.943	ระดับปานกลาง
มีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า	3.65	.984	ระดับมาก

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการขาย (ต่อ)

ปัจจัย	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	
มีบริการส่งเสริมการขายที่หลากหลาย	3.11	.969	ระดับปานกลาง
โปรโมชั่นมีความน่าสนใจ	3.25	.959	ระดับปานกลาง
รวม	3.30	.626	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมในด้านการส่งเสริมการขาย ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.30 และเมื่อพิจารณา จะพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีระดับความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านการส่งเสริมการขายที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อมีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.65

ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อ โปรโมชั่นมีความน่าสนใจ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.25

ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อสามารถปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นได้ง่าย ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.19

ลำดับที่ 4 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อมีบริการส่งเสริมการขายที่หลากหลายในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.11

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกัน ใช้สถิติ t-test เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อ

เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 18 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ			t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล		
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของเครือข่าย	4.10	.864	มาก	2.98	.994	ปานกลาง	15.227	.000
มีเครือข่ายครอบคลุม	4.15	.733	มาก	3.17	.953	ปานกลาง	14.230	.000
ความรวดเร็วในการให้บริการแต่ละเครือข่าย	4.42	.596	มาก	3.06	.997	ปานกลาง	21.817	.000
ความสะดวกในการใช้บริการต่างๆ	4.27	.692	มาก	3.01	.964	ปานกลาง	18.896	.000
รวม	4.23	.485	มาก	3.06	.770	ปานกลาง	21.797	.000

จากตารางที่ 18 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความคาดหวังจะอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ความคาดหวังมีค่าสูงกว่าความพึงพอใจในทุกปัจจัยของด้านผลิตภัณฑ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านราคา

ด้านราคา	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ			t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล		
มีความหลากหลายของราคา	4.02	.669	มาก	3.58	1.171	มาก	5.942	.000
ค่าบริการต่ำ	4.22	.704	มาก	3.22	1.041	ปานกลาง	14.571	.000

ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านราคา (ต่อ)

ด้านราคา	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ			t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล		
มีความเหมาะสมของระดับราคา	4.29	.662	มาก	2.85	.868	ปานกลาง	23.634	.000
รวม	4.18	.492	มาก	3.22	.741	ปานกลาง	18.110	.000

จากตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านราคา พบว่าความคาดหวังจะอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ปัจจัยด้านราคา เรื่องความหลากหลายของราคาอยู่ในระดับมาก และเมื่อเปรียบเทียบ จะเห็นว่า ส่วนใหญ่ความคาดหวังจะสูงกว่าความพึงพอใจ ยกเว้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องของความหลากหลายของราคา มีค่าความคาดหวังเท่ากับค่าความพึงพอใจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ			t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล		
ความสะดวกในการซื้อ	4.38	2.648	มาก	2.84	.837	ปานกลาง	11.051	.000
ศูนย์บริการกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ	4.28	.613	มาก	2.91	.920	ปานกลาง	21.853	.000
มีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานคอยให้คำแนะนำ	4.12	.754	มาก	3.23	.944	ปานกลาง	12.794	.000
รวม	4.26	.974	มาก	3.00	.761	ปานกลาง	18.753	.000

จากตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านช่องทางการจัด

จำหน่าย พบว่า ความคาดหวังจะอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ความคาดหวังมีค่าสูงกว่าความพึงพอใจในทุกปัจจัยของด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์

เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านการส่งเสริมการขาย

ด้านการส่งเสริมการขาย	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ			t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล		
สามารถปรับเปลี่ยนโปรแกรมได้ง่าย	4.18	.747	มาก	3.19	.943	ปานกลาง	15.456	.000
มีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า	4.31	.674	มาก	3.65	.984	มาก	10.995	.000
มีบริการส่งเสริมการขายที่หลากหลาย	3.89	.751	มาก	3.11	.969	ปานกลาง	11.119	.000
โปรแกรมมีความน่าสนใจ	4.43	.566	มาก	3.25	.959	ปานกลาง	21.049	.000
รวม	4.20	.473	มาก	3.30	.626	ปานกลาง	20.630	.000

จากตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ความคาดหวังจะอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย เรื่องการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้าอยู่ในระดับมาก และเมื่อเปรียบเทียบ จะเห็นว่า ส่วนใหญ่ความคาดหวังจะสูงกว่าความพึงพอใจ ยกเว้น ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย เรื่องการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า มีค่าความคาดหวังเท่ากับค่าความพึงพอใจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 22 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ			t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.23	.485	มาก	3.06	.770	ปานกลาง	21.797	.000
ด้านราคา	4.18	.492	มาก	3.22	.741	ปานกลาง	18.110	.000
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.26	.974	มาก	3.00	.761	ปานกลาง	18.753	.000
ด้านการส่งเสริมการขาย	4.20	.473	มาก	3.30	.626	ปานกลาง	20.630	.000
รวม	4.22	.457	มาก	3.14	.593	ปานกลาง	23.474	.000

จากตารางที่ 22 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการเปรียบเทียบเมื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโทต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจมีความแตกต่างกัน โดยผู้บริโภคจะมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจในทุกๆด้าน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษารวบรวมเรื่อง “ระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ 1.) เพื่อศึกษาความคาดหวังที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2.) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3.) เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) เลือกศึกษานักศึกษาปริญญาโท จำนวน ตัวอย่าง 400 ราย ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเลือกศึกษานักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้สถิติ t-test เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

การศึกษารวบรวมเรื่อง “ระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

1.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้ ต่อเดือนและอาชีพ โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) พบว่า นักศึกษาปริญญาโทจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เป็นเพศหญิง 246 คน(ร้อยละ61.5) และเพศชาย 154 คน (ร้อยละ 38.5) มีอายุระหว่าง 26- 30 ปี จำนวน 171 คน

(ร้อยละ 4.5) และผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีจำนวน 9 คน (ร้อยละ 2.3) มีรายได้อต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท จำนวน 217 คน (ร้อยละ 54.3) รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 116 คน (ร้อยละ 29.0) ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 53 คน (ร้อยละ 13.3) และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 14 คน (ร้อยละ 3.5)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผูตอบแบบสอบถาม พบว่า นักศึกษาปริญญาโทส่วนใหญ่ ใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC จำนวน 138 คน (ร้อยละ 34.5) รองลงมาคือ TRUE MOVE จำนวน 134 คน (ร้อยละ 33.5) และ AIS จำนวน 128 คน (ร้อยละ 32.0) ช่วงเวลาในการใช้โทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. (หัวค่ำถึงดึก) จำนวน 139 คน (ร้อยละ 34.8) รองลงมา คือ เวลา 16.01 - 20.00 น. (เย็นถึงหัวค่ำ) จำนวน 116 คน (ร้อยละ 29.0) เวลา 12.01 - 16.00 น. (บ่าย) จำนวน 73 คน (ร้อยละ 18.3) เวลา 08.00 - 12.00 น. (เช้าถึงเที่ยง) จำนวน 37 คน (ร้อยละ 9.3) เวลา 00.01 - 04.00 น. (ดึก) จำนวน 23 คน (ร้อยละ 5.8) และ เวลา 04.01 - 08.00 น. (เช้าน้รุ่ง) จำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.0) กลุ่มหรือบุคคลที่แนะนำการใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ นักศึกษาปริญญาโทส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 302 คน (ร้อยละ 75.5) รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 47 คน (ร้อยละ 11.8) ครอบครัว/ญาติ จำนวน 41 คน (ร้อยละ 10.3) และ อื่นๆ จำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.5)

3. การวิเคราะห์เกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังโดยรวมของผูตอบแบบสอบถาม พบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 และเมื่อพิจารณาจะพบว่าผู้มีระดับความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.26 ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.23 ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อด้านการส่งเสริมการขาย ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนน เฉลี่ย 4.20 ลำดับที่ 4 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อด้านราคา ในระดับความ

คาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.18 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.23 และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโทมีระดับความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อความเร็วในการให้บริการแต่ละเครือข่าย ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.42 ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อความสะดวกในการใช้บริการต่างๆ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.27 ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อการมีเครือข่ายครอบคลุม ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.15 ลำดับที่ 4 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของเครือข่าย ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.10

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านราคา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 และเมื่อพิจารณา จะพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีระดับความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านราคาที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อความเหมาะสมของระดับราคา ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.29 ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อค่าบริการต่ำ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.22 ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อความหลากหลายของราคา ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.02

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.26 และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโทมีระดับความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อความสะดวกในการซื้อ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.38 ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อศูนย์บริการกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.28 ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อการมีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานคอยให้คำแนะนำ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.12

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการขาย ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.20 และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโที่มีระดับความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านการส่งเสริมการขายที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อโปรโมชั่นมีความน่าสนใจ ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.43 ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อการให้บริการที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.31 ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อสามารถปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นได้ง่าย ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.18 ลำดับที่ 4 นักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังต่อมีบริการส่งเสริมการขายที่หลากหลาย ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.89

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของนักศึกษาปริญญาโท พบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.14 และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโที่มีระดับความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อด้านการส่งเสริมการขาย ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.30 ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อด้านราคา ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.22 ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.06 ลำดับที่ 4 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.00

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโท ด้านผลิตภัณฑ์ ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.06 และเมื่อพิจารณา จะพบว่านักศึกษาปริญญาโที่มีระดับความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อมีเครือข่ายครอบคลุม ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.17 ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อความเร็วในการให้บริการแต่ละเครือข่าย ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.06 ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการใช้บริการต่างๆ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.01 ลำดับที่ 4 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของเครือข่าย ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 2.98

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโท ด้านราคา ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.22 และเมื่อพิจารณา จะพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีระดับความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านราคาที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อมีความหลากหลายของราคา ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.58 ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อค่าบริการต่ำ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.22 ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อมีความเหมาะสมของระดับราคา ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 2.85

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโท ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 และเมื่อพิจารณา จะพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีระดับความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อมีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานคอยให้คำแนะนำ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.23 ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 2.91 ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการซื้อ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 2.84

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโท ด้านการส่งเสริมการขาย ผลจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.30 และเมื่อพิจารณา จะพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมีระดับความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านการส่งเสริมการขายที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อมีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า ในระดับความคาดหวังมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.65 ลำดับที่ 2 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อโปรโมชั่นมีความน่าสนใจ ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.25 ลำดับที่ 3 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อสามารถปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นได้ง่าย ในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.19 ลำดับที่ 4 นักศึกษาปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อมีบริการส่งเสริมการขายที่หลากหลายในระดับความคาดหวังปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.11

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ t-test เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโทด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความคาดหวังทุกข้อจะอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น ความคาดหวังมีค่าสูงกว่าความพึงพอใจในทุกปัจจัยของด้านผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโทด้านราคา พบว่า ความคาดหวังทุกข้ออยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยด้านราคา เรื่องความหลากหลายของราคาอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ความคาดหวังส่วนใหญ่มีค่าสูงกว่าความพึงพอใจในยกเว้นเรื่องความหลากหลายของราคา มีค่าความคาดหวังเท่ากับค่าความพึงพอใจ

การวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโทด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ความคาดหวังทุกข้อจะอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น ความคาดหวังมีค่าสูงกว่าความพึงพอใจในทุกปัจจัยของด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโทด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ความคาดหวังทุกข้ออยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย เรื่องการใช้นักชื้อที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้าอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ความคาดหวังส่วนใหญ่มีค่าสูงกว่าความพึงพอใจในยกเว้นเรื่องการใช้นักชื้อที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า มีค่าความคาดหวังเท่ากับค่าความพึงพอใจ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่าการเลือกเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์มือถือของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีความคาดหวังต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่านักศึกษาปริญญาโทมีความหวังว่าผู้ให้

บริการจะพัฒนาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ดีขึ้น แต่หลังจากการศึกษาพบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจมีความแตกต่างกัน โดยนักศึกษาปริญญาโทมีความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย สูงกว่าความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ดังนั้น บริษัทผู้ให้บริการทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ควรจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพสัญญาณ ปรับปรุงการให้บริการให้มีความครอบคลุมและรวดเร็วมากขึ้น เพื่อตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

ผลการวิจัยของการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ครั้งนี้ เป็นไปตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2542) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ มาริสา พระวังท่า(2555) ที่ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มน้ำอัดลมยี่ห้อ เอส ในเขต อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ความคาดหวังจะสูงกว่าความพึงพอใจที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ระดับของความคาดหวังและระดับของความพึงพอใจต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาคั้งนี้ จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงสินค้าในด้านต่างๆ ข้อเสนอแนะจากการวิจัยแบ่งได้ ดังนี้

1.ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์สูงกว่าความพึงพอใจ ดังนั้น บริษัทผู้ให้บริการควรปรับปรุงด้านคุณภาพของสัญญาณเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น การกระจายเครือข่ายให้ครอบคลุมทั่วประเทศ มีความรวดเร็วในการให้บริการ และปรับปรุงเพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกในการใช้บริการมากขึ้น

2.ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีความคาดหวังด้านราคาสูงกว่าความพึงพอใจ ดังนั้นบริษัทผู้ให้บริการควรจะมีการเพิ่มความหลากหลาย

ของราคาค่าบริการและปรับปรุงให้ระดับราคามีความเหมาะสมกับการบริการ เพื่อตอบสนองลูกค้าที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีความคาดหวังด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสูงกว่าความพึงพอใจ บริษัทผู้ให้บริการ ควรเพื่อศูนย์กระจายสินค้า และเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

4.ด้านการส่งเสริมการขาย

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษาปริญญาโท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีความคาดหวังด้านการส่งเสริมการขายสูงกว่าความพึงพอใจ ดังนั้น บริษัทผู้ให้บริการควรปรับโปรโมชั่นให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น มีบริการการส่งเสริมการขายที่หลากหลาย และสามารถปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นได้ง่าย เพื่อสร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

สำหรับข้อเสนอแนะการวิจัยในอนาคต ควรที่จะเจาะลึกประเด็นเพื่อให้ได้ข้อมูลมากขึ้น อาจขยายการศึกษาในเขตพื้นที่อื่นๆ อาจเพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้นเพื่อให้มีจำนวนตัวอย่างที่หลากหลาย และศึกษาไปถึงบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมไปถึงตัวแปรอื่นๆ นอกจากส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งอาจจะทำให้ผลการวิจัยมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะเป็นผลให้สามารถตัดสินใจวางแผนทางการตลาดได้ดียิ่งขึ้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

รายการอ้างอิง

- กฤษาลี เวชสาร. (2545). **การวิจัยการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษฎา กิจฉลอง. (2553). “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านทางระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์.” วิทยุศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กันยารัตน์ แปนนิริตศิษย์. (2552). “การเปลี่ยนแปลงครั้งใหม่ที่ดีแต่ยังไม่โดน.” วารสาร **College of Management Mahidol University** 16, 11 (พฤศจิกายน): 1.
- กนิษฐา กรายแก้ว. (2550). “พฤติกรรม การเลือกใช้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.” วิทยุศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉัตรพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: วี พรีน.
- ฐากร ตัณฑสิทธิ์. (2556). **ตลาดโทรคมนาคมปี2556**. เข้าถึงเมื่อ 22 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.mationchon.co.th/news>
- เบญญา นิลบุตร. (2540). “ความคาดหวังของข้าราชการตำรวจต่อรูปแบบภาวะผู้นำของ ผู้บังคับบัญชาศึกษา.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน). **ข้อมูลดีแทค**. เข้าถึงเมื่อ 29 กรกฎาคม. เข้าถึงจาก <http://www.dtac.co.th/about/history.html>
- บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). **ข้อมูลทรูมูฟ**. เข้าถึงเมื่อ 29 กรกฎาคม. เข้าถึงจาก <http://www3.truecorp.co.th/investor/entry/21>
- บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). **ข้อมูลเอไอเอส**. เข้าถึงเมื่อ 29 กรกฎาคม. เข้าถึงจาก <http://investor.ais.co.th/th/Corporate-Overview1.html>
- พัชรี มาสิม และมาริสา พระวังคำ. (2555). “ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ เครื่องดื่มน้ำอัดลม ยี่ห้อ เอส ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.” วิทยุศิลปศาสตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- พิไลวรรณ จันทรสุกรี. (2547). “ความคาดหวังในงานของนักศึกษาพยาบาลปีที่สี่ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนีในเขตภาคเหนือ.” วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภนิกา ชัยปัญญา. (2541). “ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อกิจกรรมไร่นาสวนผสมภายใต้ โครงสร้างและระบบผลิดการเกษตรของจังหวัดเชียงราย.” วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาการส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุทธ ไกรวรรณ. **พื้นฐานการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: สุริยวิสาสารัน.
- วิภาดา วัฒนนามกุล. (2539). “ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้เกี่ยวกับการดูแล ผู้สูงอายุในครอบครัวของผู้สูงอายุและผู้ดูแลในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดขอนแก่น.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสาธารณสุขชุมชน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2536). **พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: วิสิทธิ์พัฒนา.
- . (2547). **กลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสารจำกัด.
- สกวเดือน ปธนสมิทธิ์. (2540). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการรื้อปรับระบบของพนักงาน ราชการ.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). **ข้อมูลจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ**. เข้าถึงเมื่อ 22 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries22.html>
- สุมาตรา วรรณสูตร. (2543). “ความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ ขนมบ้านอาจารย์.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สาโรช ไสยสมบัติ. (2534). “ความพึงพอใจในการทำงานของครู อาจารย์ ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด.” วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อริยา คูหา.(2546). “แรงจูงใจและอารมณ์.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาจิตวิทยา และการแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

อุไรวรรณ เกิดผล. (2539). “ปัจจัยที่มีต่อความคาดหวังของหัวหน้าสถานีนอมนายต่อระบบการ
นิเทศงานสาธารณสุขผสมผสานในจังหวัดลพบุรี.” วิทยานิพนธ์สาธารณสุขศาสตร์
มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาคผนวก

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบสอบถาม

คุณลักษณะเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่เป็นที่พึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโท

ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

แบบสอบถามชุดนี้ผู้วิจัยจัดทำขึ้นเพื่อเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาคุณลักษณะเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นที่พึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโท ซึ่งประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค

ตอนที่ 3 แบบสำรวจคุณลักษณะเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง ขอให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นและความเข้าใจของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

- | | | | | |
|---------|--------------------------|----------|--------------------------|---------------|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> | ชาย | <input type="checkbox"/> | หญิง |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> | 21-25 ปี | <input type="checkbox"/> | 36-40 ปี |
| | <input type="checkbox"/> | 26-30ปี | <input type="checkbox"/> | มากกว่า 40 ปี |
| | <input type="checkbox"/> | 31-35 ปี | | |

3. รายได้ต่อเดือน

- | | | | |
|--------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> | 20,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> | 10,000 – 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> | มากกว่า 30,000 บาท |

ตอนที่ 2 แบบสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค

คำชี้แจง ขอให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นและความเข้าใจของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ท่านใช้ (โปรดระบุที่ท่านใช้เป็นประจำ)

- | | | | | | |
|--------------------------|-----|--------------------------|------|--------------------------|-----------|
| <input type="checkbox"/> | AIS | <input type="checkbox"/> | DTAC | <input type="checkbox"/> | TRUE MOVE |
|--------------------------|-----|--------------------------|------|--------------------------|-----------|

2. ท่านมักจะใช้โทรศัพท์มือถือในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 08.00-12.00 น. (เช้าถึงเที่ยง) | <input type="checkbox"/> 20.01 – 24.00 น. (หัวค่ำถึงดึก) |
| <input type="checkbox"/> 12.01 – 16.00 น. (บ่าย) | <input type="checkbox"/> 00.01 – 4.00 น. (ดึก) |
| <input type="checkbox"/> 16.01 – 20.00 น. (เย็นถึงหัวค่ำ) | <input type="checkbox"/> 04.01 – 08.00 น. (เช้าตรู่) |

3. กลุ่มหรือบุคคลที่แนะนำให้ท่านใช้เครื่องขายนั้นๆ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ตัดสินใจเอง | <input type="checkbox"/> เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> ครอบครัว / ญาติ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องขาย

โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ท่านใช้งาน

คำชี้แจง ขอให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นและความเข้าใจของท่านมากที่สุด

โดย มากที่สุด (5) หมายถึง ความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
 มาก (4) หมายถึง ความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
 ปานกลาง (3) หมายถึง ความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
 น้อย (2) หมายถึง ความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
 น้อยที่สุด (1) หมายถึง ความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ระดับความคาดหวัง					ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครื่องขายโทรศัพท์มือถือ	ระดับความพึงพอใจ				
1	2	3	4	5	ด้านผลิตภัณฑ์	1	2	3	4	5
					ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของเครื่องขาย					
					มีเครื่องขายครอบคลุม					
					ความรวดเร็วในการให้บริการแต่ละเครื่องขาย					
					ความสะดวกในการใช้บริการต่างๆ					

ระดับความคาดหวัง					ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ	ระดับความพึงพอใจ				
1	2	3	4	5	ด้านราคา	1	2	3	4	5
					มีความหลากหลายของราคา					
					ค่าบริการต่ำ					
					มีความเหมาะสมของระดับราคา					
ระดับความคาดหวัง					ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ	ระดับความพึงพอใจ				
1	2	3	4	5	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1	2	3	4	5
					ความสะดวกในการซื้อ					
					ศูนย์บริการกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ					
					มีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานคอยให้คำแนะนำ					
ระดับความคาดหวัง					ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ	ระดับความพึงพอใจ				
1	2	3	4	5	ด้านการส่งเสริมการขาย	1	2	3	4	5
					สามารถปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นได้ง่าย					
					มีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า					
					มีบริการส่งเสริมการขายที่หลากหลาย					
					โปรโมชั่นมีความน่าสนใจ					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นางสาวพัชรีญา จิตรประไพ
 ที่อยู่ 40/1 หมู่ 6 ตำบลบางน้ำเชี่ยว อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี 16120
 ประวัติการศึกษา
 พ.ศ. 2552 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี
 พ.ศ. 2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นางสาววรินทิพย์ อุ่นแก้ว
 ที่อยู่ 3/5 หมู่ 2 ตำบลคอนชะเอม อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี 71130
 ประวัติการศึกษา
 พ.ศ. 2552 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา
 โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี
 พ.ศ. 2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี