

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS

ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ณภัทร อินทศิริสวัสดิ์

สารนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร เขตชั้นใน เขตบางคอแหลม สาทร บางรัก โดยปัจจัยที่ศึกษานี้ คือ (1) ปัจจัยด้านราคา (2) ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ (3) ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย (4) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สมมติฐานสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่าย AIS มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับรองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านราคา และอันดับท้ายสุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ และผลวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่าปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านราคา และด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์ AIS ตรงตามสมมุติฐานทุกประการ และสามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ได้ประมาณร้อยละ 45.50

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โทรคมนาคม (Telecommunications) หมายถึง การสื่อสารข้อมูลระยะทางไกลในรูปแบบสัญญาณอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในอดีตระบบโทรคมนาคมให้บริการในรูปแบบของสัญญาณเสียงผ่านสายโทรศัพท์ที่เรียกกันว่าสัญญาณในระบบ อนาล็อก (Analog Signal) แต่ในปัจจุบันสัญญาณโทรคมนาคมกำลังจะกลายเป็นการถ่ายทอดสัญญาณในรูปแบบ ดิจิตอล (Digital Signal) ทั้งหมด ระบบโทรคมนาคมเป็นระบบใหญ่ที่มักผูกขาดโดยองค์กรของรัฐในเกือบทุกประเทศทั่วโลก ดังเช่น ในประเทศไทย ได้แก่ องค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ซึ่งได้แปรรูปกิจการมาเป็นบริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) แล้ว เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เสรีกับองค์กรผู้ให้บริการโทรคมนาคมเอกชนอื่นๆ ที่เติบโตขึ้นมาโดยลำดับ เพื่อการขยายตัวที่ดีขึ้นในภูมิภาค และเป็นกิจการสาธารณะที่สามารถเปิดให้บริการได้อย่างเสรีรวมไปถึงการเชื่อมต่อบริษัทอินเทอร์เน็ตกับประเทศอื่นๆในภูมิภาคด้วย จะนำมาซึ่งการให้บริการที่หลากหลายในด้านการสื่อสารข้อมูล โดยเฉพาะการสร้าง ถนนสายด่วนข่าวสาร (Information Super-Highway) เช่น การโทรคมนาคมผ่านเครือข่ายสื่อสารระบบดิจิตอลความเร็วสูง ที่สามารถให้บริการทางการศึกษาค้นคว้าวิจัย สันทนาการ และการร่วมมือกันทางเศรษฐกิจในระดับชาติ ระดับภูมิภาค ตลอดจนระดับโลก และจะเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตในทศวรรษหน้า ทำหน้าที่ในการส่งและรับข้อมูลระหว่างจุดสองจุด ได้แก่ ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) และ ผู้รับข่าวสาร (Receiver) จะดำเนินการจัดการลำเลียงข้อมูลผ่านเส้นทางที่มีประสิทธิภาพที่สุด จัดการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่จะส่งและรับเข้ามา สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบข้อมูลให้ทั้งสองฝ่ายสามารถเข้าใจได้ตรงกัน ซึ่งที่กล่าวมานี้ส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นตัวจัดการ ในระบบโทรคมนาคมส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์ในการรับส่งข้อมูลข่าวสารต่างชนิด ต่างยี่ห้อกัน แต่สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้เพราะใช้ชุดคำสั่งมาตรฐานชุดเดียวกัน

กฎเกณฑ์มาตรฐานในการสื่อสารที่เราเรียกว่า “โปรโตคอล (Protocol)” อุปกรณ์แต่ละชนิดในเครือข่ายเดียวกันต้องใช้โปรโตคอลอย่างเดียวกัน จึงจะสามารถสื่อสารถึงกันและกันได้ หน้าที่พื้นฐานของโปรโตคอล คือ การทำความเข้าใจกับอุปกรณ์ตัวอื่นที่อยู่ในเส้นทางการถ่ายทอดข้อมูล การตกลงเงื่อนไขในการรับส่งข้อมูล การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล การแก้ไขปัญหาข้อมูลที่เกิดการผิดพลาดในขณะที่ส่งออกไปและการแก้ปัญหาการสื่อสารขัดข้องที่อาจเกิดขึ้น โปรโตคอลที่รู้จักกันมาก ได้แก่ โปรโตคอลในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น Internet Protocol ; TCP/IP , IP Address ที่เราใช้กันอยู่ทุกวันนี้

ปัจจุบันจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วโลก เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 ที่มีจำนวน 12.4 ล้านคน มาเป็น 4,600 ล้านคนในโลกปัจจุบัน พัฒนาการสุดยอดแห่งยุค สารสนเทศ ไม่มีใครไม่รู้จัก สิ่งที่ทำให้โลก ไร้พรมแดน เส้นแบ่งเขตประเทศ หรือโซนเวลา คอมพิวเตอร์ ทุกคน ทุกบ้านเรือน เป็นส่วนหนึ่งของอภิมหาเน็ตเวิร์ค ยามเมื่อต่อใช้บริการอินเทอร์เน็ตแล้ว ก็เปรียบเสมือน เพื่อนข้างโต๊ะทำงาน ติดต่อสื่อสารได้รวดเร็วทันใจ ชั่วพริบตา ทั้งส่งจดหมาย พุดคุย ฟังเสียง ดูภาพเคลื่อนไหว เป็นต้น เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับอภิมหาเน็ตเวิร์คระดับโลก หรืออินเทอร์เน็ต มีแง่มุมที่น่าสนใจ มากมายหลายด้าน และพัฒนาสิ่งใหม่เป็นรายวัน เพื่อให้เครือข่ายยักษ์นี้ อายุยืนยาวนานตลอดกาล ความเร็วที่เพิ่มมากขึ้น แทบไร้การรอคอย ข้อมูลส่งได้มหาศาลขึ้น และจะเข้ามาเป็น ส่วนหนึ่งของ ชีวิตประจำวันอย่างแน่นอน คล้ายกับ ทีวี ตู้เย็น ฯลฯ

โทรศัพท์มือถือ หรือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ คืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการสื่อสารสองทางผ่านโทรศัพท์มือถือ ใช้คลื่นวิทยุในการติดต่อกับเครือข่ายโทรศัพท์มือถือโดยผ่านสถานีฐาน โดยเครือข่ายของโทรศัพท์มือถือแต่ละผู้ให้บริการจะเชื่อมต่อกับเครือข่ายของโทรศัพท์บ้านและเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของผู้ให้บริการอื่นโทรศัพท์มือถือที่มีความสามารถเพิ่มขึ้นในลักษณะคอมพิวเตอร์พกพาจะถูกกล่าวถึงในชื่อสมาร์ตโฟน

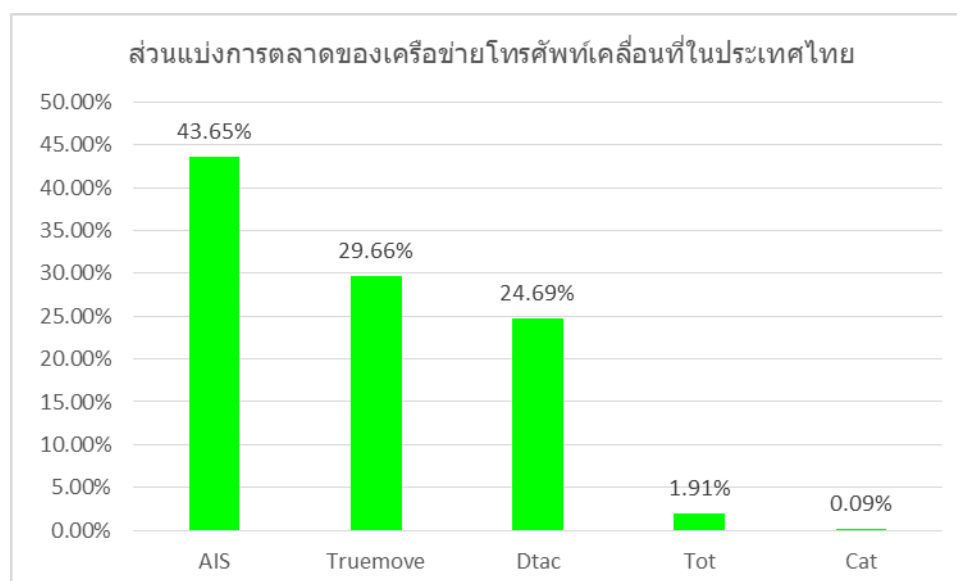
โทรศัพท์มือถือในปัจจุบันนอกจากจากความสามารถพื้นฐานของโทรศัพท์แล้ว ยังมีคุณสมบัติพื้นฐานของโทรศัพท์มือถือที่เพิ่มขึ้นมา เช่น การส่งข้อความสั้นๆ เอสเอ็มเอส ปฏิทิน นาฬิกาปลุก ตารางนัดหมาย เกม การใช้งานอินเทอร์เน็ต บลูทูธ อินฟราเรด กล้องถ่ายภาพ วิทยุ เครื่องเล่นเพลง และ จีพีเอส

ในปัจจุบัน โทรศัพท์มือถือสามารถ เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวก และ ง่ายดาย โดยผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายอย่าง 3G หรือ Wi-Fi (ซึ่งในบางพื้นที่ในประเทศไทยตอนนี้มี เปิดให้ใช้สัญญาณ 3.5 G และ 4G แล้ว) และถึงแม้ว่าจะมีค่าบริการเพิ่มขึ้น แต่ก็หาใช่เรื่องที่ต้องให้ คิดหนัก เพราะการจ่ายเงินเพื่อตอบสนองความต้องการของชีวิตนั้นไม่ใช่เรื่องใหญ่อีกต่อไป โดยเฉพาะวัยรุ่น ถึงแม้วัยรุ่นจะไม่สามารถหารายได้ด้วยตัวเอง หากมีผู้ปกครองสนับสนุนและ พร้อมที่จะจ่ายให้ ไม่ว่าด้วยเหตุผลใดก็ตามแต่อาจจะเพราะวิถีชีวิตในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไป การทำมาหากินเร่งรีบ และไม่มีเวลาจะดูแลครอบครัว ด้วยตัวเอง จึงทำให้ต้องพึ่งพาอุปกรณ์ สื่อสารและเทคโนโลยีเข้ามาเป็นเพื่อนทดแทน (Kittidhaj Dhanasiwawong, Online,2012) นอกจาก การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่นิยมใช้แล้ว ยังมีการใช้ระบบบริการการสื่อสาร ทางเทคโนโลยีทางอื่นอีก อาทิ การส่งข้อความที่เรียกว่า Short Message Service (SMS) เป็นการส่ง ข้อความตามระบบเครือข่ายโทรศัพท์ที่ใช้ สะดวก รวดเร็ว แต่สามารถส่งได้เฉพาะข้อความเท่านั้น หากต้องการส่งข้อความพร้อมกับรูปภาพ หรือ ภาพเคลื่อนไหว ต้องส่งผ่านระบบการส่งข้อความ มัลติมีเดีย หรือ Multimedia Messaging Service (MMS) การส่งแบบนี้สามารถให้ความชัดเจนเพราะ มีพร้อมทั้งข้อความและภาพประกอบ ปัจจุบันเป็นที่นิยม ค่าใช้จ่ายในการส่งก็มีการปรับลด พร้อม ยังมีโปรแกรมให้เลือกใช้มากมาย เป็นการกระตุ้นการใช้งานของกลุ่มผู้บริโภคได้ดีทีเดียว (Kittidhaj Dhanasiwawong, Online,2012) รวมทั้งผู้ที่รักการ Chat, เขียน Blog หรือเล่นโซเชียลเน็ตเวิร์กอย่าง Facebook , Twitter ใน ปัจจุบันนี้สามารถทำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้บน โทรศัพท์มือถือได้ เพียงแค่ ทำการ Download โปรแกรม นั้น ๆ ลงบนอุปกรณ์ที่ใช้อยู่ เท่านั้นคุณก็จะไม่พลาดการ Chat กับเพื่อนรู้ใจหรือคนรัก, การเขียน บล็อก Blog , การอัปเดตสถานะบน Facebook การติดตามข่าวสารที่รวดเร็วบน Twitter (Kittidhaj Dhanasiwawong, Online,2012) ซึ่งหลายๆอย่างที่ได้กล่าวมานี้ได้แสดงให้เห็นว่าใน

ปัจจุบันโทรศัพท์มือถือได้มีส่วนร่วม ในชีวิตประจำวันของเรามาก ต่างจากเมื่อก่อนที่เราใช้เพียงแค่โทรหรือรับสาย หรือส่งข้อความหา เพื่อนๆคนรู้จัก แต่ในปัจจุบันได้มีปัจจัยอื่นๆเข้ามาเพิ่มเติมอีก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของโซเชียลเน็ตเวิร์ก การจองตั๋วหนังหรือตั๋วเครื่องบินออนไลน์ผ่านมือถือซึ่งก็สามารถทำได้ง่ายดายบน โทรศัพท์มือถือ และอื่นๆอีกมากมาย (Kittidhaj Dhanasiwawong, Online,2012) จะเห็นได้ว่าปัจจุบันระบบติดต่อสื่อสารมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก และมี การพัฒนา อย่างต่อเนื่อง เพื่อ ต้อง การ ตอบสนอง ผู้บริโภคที่ มีอยู่ ไม่จำกัด โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโทรศัพท์มือถือในปัจจุบันถือได้ว่าเป็นที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจาก โทรศัพท์มือถือนั้นมีความสามารถในการช่วยทำให้ติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างสะดวกใน ทุกที่มีสัญญาณ โทรศัพท์มือถือ ซึ่งในปัจจุบันเองสัญญาณนั้นเข้าถึงเกือบทุกพื้นที่ในประเทศจึงทำให้โทรศัพท์มือถือมีการใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้เรียนทางด้านอาชีวศึกษาเนื่องจากเป็น กลุ่มวัยรุ่นหรือกลุ่มวัยทำงานเพราะในปัจจุบัน โทรศัพท์มือถือไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสื่อสารเพียง อย่างเดียว ซึ่งโทรศัพท์มือถือนั้นสามารถทำอะไรได้หลายๆ อย่าง อาทิเช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่น เกมส์ หรือหาความรู้ทางอินเทอร์เน็ต จนกระทั่งสามารถทำงานบนมือถือ (พิเชษ เมฆขาว , 2552) ดังนั้นการที่คนนิยมใช้โทรศัพท์มือถือมากขึ้นจึงจำเป็นที่จะต้องมียระบบเครือข่ายสื่อสารที่ จะรองรับผู้ที่ต้องการ ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยในปัจจุบันเองการแข่งขันกันระหว่างผู้ ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นมีการแข่งขันกันสูงซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของ ระบบเคลื่อนที่ ด้วยเหตุนี้เองผู้วิจัยจึงอยากทราบถึงความต้องการของ ผู้บริโภค และทำให้บริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือเคลื่อนที่ต่างๆ จะต้องมียุทธวิธีทางการตลาดที่เจาะตลาดแต่ละกลุ่ม ต่างกัน ออกไป ซึ่งถือว่าเป็นความจำเป็นที่จะต้องทราบถึงปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้เครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของกลุ่มผู้ใช้บริการ เพื่อที่จะทำให้ผู้บริการได้แนวทางปรับปรุงและพัฒนา เครือข่ายพร้อมทั้งเปลี่ยนแปลงโปรโมชั่นให้ สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการต่อ กลุ่มเป้าหมายดังกล่าวอย่างสูงสุด

ภาพที่ 1 แสดงส่วนแบ่งการตลาดของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560

ที่มา : คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)



จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงส่วนแบ่งการตลาดของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย ซึ่ง AIS มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 1 รองลงมาเป็น Truemove Dtac Tot Cat ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัท AIS ที่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ และได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับหนึ่ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

จากคำถามที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยสามารถสรุปและตั้งเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของราคาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสถานที่ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการส่งเสริมการขายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดให้เป็น ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน โดยใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการทำวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดระยะเวลาเก็บข้อมูลช่วง เดือน กันยายน พ.ศ. 2561 ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2561

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยหลาย ๆ อย่าง คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูล เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร แล้วจึงนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ และนำมาสรุปผลแบบตารางประกอบการบรรยาย โดยจะแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการจำแนกตามอายุ เพศ และระดับการศึกษา โดยการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ ได้ผลดังนี้

ตาราง 7

แจกแจงความถี่ ร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 400)

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	ความถี่ (จำนวนคน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	189	47.3
หญิง	211	52.8
2.อายุ		
21-30	98	24.5
31-40	181	45.3
41-50	88	22.0
50ปีขึ้นไป	33	8.3
3.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	107	26.8
ปริญญาตรี	244	61.0
สูงกว่าปริญญาตรี	49	12.3
4.อาชีพ		
พนักงานเอกชน	219	54.8
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	70	17.5
เจ้าของกิจการ	60	15.0
รับจ้างอิสระ	51	12.8
5.รายได้		
ไม่เกิน 15,000 บาท	41	10.3
15,001 - 30,000 บาท	228	57.0

30,001 - 45,000 บาท	112	28.0
45,001 - 60,000 บาท	19	4.8

จากตาราง 7 พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้ 15,000 – 30,000 บาท แสดงว่าผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นคนที่อยู่ในกลุ่มดังกล่าว

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร แบ่งได้เป็น 5 ด้านได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านสถานที่ และ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS โดยการใช้วิธีวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตาราง 8

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ข้อ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	M	SD	อันดับ
1	ความครอบคลุมของพื้นที่ให้บริการ	3.79	.493	3
2	คุณภาพของสัญญาณ	3.79	.673	2
3	แพ็คเกจที่ให้บริการมีความหลากหลาย	3.89	.553	1
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ด้านผลิตภัณฑ์		3.82		

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแพ็คเกจที่ให้บริการมีความหลากหลายมีความสำคัญเป็นลำดับแรก ลำดับที่ 2 คือเรื่อง คุณภาพของสัญญาณ ลำดับที่ 3 คือเรื่อง ความครอบคลุมของพื้นที่ให้บริการ

ปัจจัยด้านราคา

ตาราง 9

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยด้านราคา

ข้อ	ปัจจัยด้านราคา	M	SD	อันดับ
1	อัตราค่าบริการเหมาะสม	4.41	.631	2
2	อัตราค่าบริการคุ้มค่ากับการบริการที่ให้	4.47	.566	1

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย 4.44
สัญญาณโทรศัพท์ AIS ด้านราคา

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านอัตราค่าบริการคุ้มค่างบบริการที่ให้ มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ลำดับที่ 2 คือเรื่อง อัตราค่าบริการเหมาะสม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ตาราง 10

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ข้อ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	M	SD	อันดับ
1	มีสิทธิพิเศษหลากหลาย เช่น มีโปรโมชั่นใช้ร่วมกับร้านอาหาร ต่าง ๆ	4.22	.423	1
2	มีการจัดโปรโมชั่นใหม่ ๆ อยู่เสมอ	3.89	.549	3
3	มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	4.09	.407	2
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ด้านการส่งเสริมการขาย		4.07		

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมีสิทธิพิเศษหลากหลาย เช่น มีโปรโมชั่นใช้ร่วมกับอาหารต่าง ๆ มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ลำดับที่ 2 คือเรื่อง มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ลำดับที่ 3 คือเรื่อง มีการจัดโปรโมชั่นใหม่ ๆ อยู่เสมอ

ปัจจัยด้านสถานที่

ตาราง 11

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยด้านสถานที่

ข้อ	ปัจจัยด้านสถานที่	M	SD	อันดับ
1	มีที่ตั้งศูนย์บริการสะดวกต่อการเดินทางเพื่อเข้ารับบริการ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความหลากหลาย	4.11	.524	1
2		4.10	.328	2
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ด้านสถานที่		4.11		

จากตาราง 11 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมีที่ตั้งศูนย์บริการสะดวกต่อการเดินทางเพื่อเข้ารับบริการ มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ลำดับที่ 2 คือเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายมีความหลากหลาย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่าง ๆ ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่าง ๆ ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's correlation)

การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางใดและมีความสัมพันธ์กันน้อยมากแค่ไหน ทำได้โดยวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's correlation) ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตาราง 12

เมตริกซ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

		1	2	3	4	5
1	ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS	1.000				
2	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	.577	1.000			
3	ปัจจัยด้านราคา	.344	.180	1.000		
4	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	.573	.615	.279	1.000	
5	ปัจจัยด้านสถานที่	.397	.402	.191	.434	1.000

ตาราง 13

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยที่ด้านต่าง ๆ

	ตัวแปรอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ AIS	ความพึงพอใจบริการเครือข่าย
		Pearson's Correlation	Sig. (1-tailed)
1	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	.397***	.000
2	ปัจจัยด้านราคา	.402***	.000
3	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	.191***	.000

4	ปัจจัยด้านสถานที่	.434***	.009
---	-------------------	---------	------

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

จากตาราง 13 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.397 โดยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ปัจจัยด้านราคา มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.402 โดยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.191 โดยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.434 โดยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่าง ๆ

ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ตารางที่ 14

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่างๆ ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ

	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้ บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS	B	Beta	t	Sig.
1	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)	.273	.335	6.981	.000
2	ปัจจัยด้านราคา (X_2)	.153	.188	4.839	.000
3	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (X_3)	.318	.267	5.364	.000
4	ปัจจัยด้านสถานที่ (X_4)	.100	.110	2.621	.009

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

$R = 0.674$, $R^2 = 0.455$, Adjusted $R^2 = 0.449$, SEE = 0.241, F = 82.338, Sig = 0.000

จากตาราง 14 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านสถานที่ ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ โดยการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ ได้ผลดังนี้

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 มีอายุในช่วง 31-40 ปี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 และมีรายได้ 15000 – 30000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 4 ด้านได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านสถานที่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบ ลิเคิร์ท (Likert Scale) มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ได้ผลการวิเคราะห์ด้านต่าง ๆ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากผลวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 โดยเรื่องแพ็คเกจที่ให้บริการมีความหลากหลาย ได้มีความสำคัญเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านราคา

จากผลวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 โดยเรื่องอัตราค่าบริการคุ้มค่ากับการบริการที่ให้ ได้มีความสำคัญเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.47

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

จากผลวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 โดยเรื่องมีสิทธิพิเศษหลากหลาย เช่น มีโปรโมชั่นร่วมกับร้านอาหาร ต่าง ๆ ได้มีความสำคัญเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสถานที่

จากผลวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 โดยเรื่องมีที่ตั้งศูนย์บริการสะดวกต่อการเดินทาง เพื่อเข้ารับบริการ ได้มีความสำคัญเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะในส่วนนี้เป็นสิ่งที่ได้จากการวิจัยโดยตรง ซึ่งหน้าจะเป็นประโยชน์ในเชิงบริหาร ในการนำผลวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยนี้ไปประยุกต์ปรับใช้ให้เข้ากับสถานการณ์ขององค์กรตนเอง ดังนี้

ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องแพ็คเกจที่ให้บริการมีความหลากหลายมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

ดังนั้นองค์กรจึงควรพยายามสรรหาสิ่งใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าที่ให้บริการ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ทัวถึง เนื่องจากการใช้บริการของลูกค้าแต่ละคน มีความแตกต่างกันออกไป องค์กรจึงควรต้องมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดีที่สุดเพื่อ รักษาและจูงใจลูกค้า

ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา

จากผลวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา เรื่องอัตราค่าบริการคุ้มค่ากับบริการที่ได้มีความสำคัญเป็นลำดับแรก

ดังนั้นองค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับเรื่องของอัตราค่าบริการให้เหมาะสม และ การเพิ่มคุณภาพของการบริการให้สอดคล้องกับค่าบริการนั้น จะช่วยให้องค์กรสามารถรักษาความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าได้อย่างดี

ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการขาย

จากผลวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการขาย เรื่องการมีสิทธิพิเศษหลากหลาย เช่น มีโปรโมชั่นกับร้านอาหารต่าง ๆ มีความสำคัญเป็นลำดับแรก

ดังนั้นองค์กรจึงควรพยายามสรรหา โปรโมชั่นที่ผูกกับร้านอาหารต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง คุณภาพอาหารที่ดีรสชาติที่อร่อยถูกปาก เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการ และ รักษาฐานลูกค้าเก่า เนื่องจากปัจจุบันเป็นสิ่งที่ทุกคนให้ความสนใจและอยากลิ้มลองรสชาติ การจัดโปรโมชั่นร่วมกับร้านอาหารนั้นเป็นการตอบแทนผู้ให้บริการได้เป็นอย่างดี

ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่

จากผลวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ เรื่องมีที่ตั้งสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทางเข้ารับบริการ มีความสำคัญเป็นลำดับแรก

ดังนั้นองค์กรจึงควรจัดสถานที่ให้บริการ ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการโดย สะดวกต่อการเข้ารับบริการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ต่อการติดต่อเข้ารับบริการ การขอความช่วยเหลือ ติดต่อสอบถาม ทำให้ผู้ให้บริการมีความประทับใจการบริการ และ สะดวก

ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการมองในมุมมองของปัจจัยที่ส่งผลเพียง 4 ด้าน ซึ่งอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ที่น่าสนใจอีก ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บข้อมูลสั้น แค่ช่วงระยะเดือนกันยายน ถึงตุลาคม 2561 หากระยะเวลาผ่านไปอาจทำให้มีปัจจัยใหม่ ๆ เกิดขึ้นเพิ่มเติม หรือปัจจัยที่ศึกษาในครั้งนี้อาจไม่ใช่ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อในอนาคต

2. การวิจัยครั้งนี้มีการกำหนดขอบเขตพื้นที่ในการวิจัย คือ เขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งไม่รวมพื้นที่ปริมณฑลหรือหัวเมืองใหญ่อื่น ๆ หรือกระทั่งในพื้นที่อื่นที่มีความเป็นเมืองน้อยกว่า หากผู้สนใจจะทำวิจัยในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครอาจจะทำในเขตพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติม หรือกำหนดขอบเขตให้แคบลงก็ได้

3. การวิจัยครั้งนี้สำรวจข้อมูลเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรวัยทำงาน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยสนใจเป็นพิเศษ หากผู้สนใจจะทำวิจัยในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อาจเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่าง เป็นประชากรวัยเกษียณ ก็น่าสนใจเช่นกัน

4. การวิจัยในครั้งนี้กำหนดมุมมองของปัจจัยที่ส่งผลเพียง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และ ด้านสถานที่ ซึ่งอาจมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลได้เช่นกัน อย่างเช่น ด้านบุคคล ด้านขั้นตอน เป็นต้น

บรรณานุกรม

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2557). การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นพดล ร่มโพธิ์. (2554). การวัดความพึงพอใจลูกค้าและความพึงพอใจพนักงาน. กรุงเทพฯ: คณะบุคคลอิมเมจิเนียร์

ศรีเพ็ญ ทรัพย์มณชัย, นพดล ร่มโพธิ์, และ มนวิภา ผดุงสิทธิ์. (2557). การวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา

เกตุสินี สุขเกษม. (2557). ความพึงพอใจลูกค้าในการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G ตามแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ASCI). (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

นิภาพันท์ ฉายพันธ์ (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดบริการกับความพึงพอใจของ ผู้โดยสารต่อการให้บริการบริการเครื่องบินโดยสารการบินของบริษัทรถบินไทย จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์).มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

สุณิสา ขจรเลิศศักดิ์(2550). การรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ที่เคยใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการสำนักงานบริการ ลูกค้าดีแทค. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา. (2552). รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ณ สิ้น ไตรมาสที่ 1 ปี 2552. หน้า 11.

ปริญญ์ ภูมิพัฒน์. (2544). จิตวิทยาและ พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ. ทิปปิง พอยท์

อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. (2538). ความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา เล็กนก และสาขามุกดาหาร. ภาคนิพนธ์ปริญญารัฐ ประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เลขาธิการ กสทช. (2558). สำนักงาน กสทช. สรุปยอดลงทะเบียนซิม ผู้ใช้บริการโทรศัพท์มือถือแบบเติมเงิน สิ้นสุด 30 ก.ย. 2558 ลงทะเบียนทั้งสิ้น 74.7 ล้านเลขหมาย. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.nbtc.go.th/News/Press-Center/สำนักงาน-กสทช>

สุภาภรณ์พลนิกร. (2548). พฤติกรรม ผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท โอลิสติก พับลิชชิ่ง จำกัด

บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน). ความเป็นมา. สืบค้นจาก <http://www.dtac.co.th/about/history.html>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำรวจ. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2558. สืบค้นจาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/icthh58.pdf>