



The 9th PSU Trang National Conference on Research across Disciplines 2020

การประชุมวิชาการระดับชาติ | ครั้งที่
ม.อ.ตรัง วิจัย ประจำปี 2563 | 9

สาขาวิชาการตลาด

PSUNC 2020 “มุ่งหน้าก้าวไกล พัฒนาวิจัยและนวัตกรรม”

Moving forward for Research and Innovation Development

วันศุกร์ ที่ 20 มีนาคม 2563

ณ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

วิทยาเขตตรัง

โดย คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

วิทยาเขตตรัง

รายนามกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา ผลงานวิจัยบทความวิชาการ และผลงานสร้างสรรค์

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร เยี่ยมคำนวน
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ครรชิต เชื้อคำ
รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
ดร.ลีปวิษณุ วงศ์สุวรรณ
ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายแผนและการประกันคุณภาพ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

กองบรรณาธิการ

1. กลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ/การประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์พีช เพชรสกุลวงศ์
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
ดร.อิสริยะ สัตกุลพิบูลย์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ดร.นุชชรา พึ่งวิริยะ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ดร.นฤบาล ยมะคุปต์
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
ดร.ทิพวรรณ จันทมณีโชติ
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
ดร.กฤติยา ดวงมณี
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

2. กลุ่มสาขาวิชาการตลาด
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์
สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบล
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ
ดร.ปิยะนุช ปรีชานนท์
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
ดร.วรางคณา ต้นขลันตีสกุล
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
ดร.พงศกร พิษยदनย์
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
3. กลุ่มสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
ดร.ลัดดาวัลย์ เจียรวิทยกิจ
วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล
ดร.ศุภชัย ชาญวรรณกุล
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
ดร.เมธาวี ว่องกิจ
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
ดร.วิภาดา เถาธรรมพิทักษ์
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
4. กลุ่มสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ
ดร. สยาม แยมแสงสังข์
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ดร. สุพัฒธนา สุขรัตน์
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
ดร. อัจฉรา ทวีระพงศ์
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง



5. กลุ่มสาขาวิชาการบัญชี/การเงิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา กองจันทร์

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมัย

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ดร.ชนวัฒน์ ชุณหวิกลิต

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ดร.มีทนชัย สุทธิพันธ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

ดร.บุญชริกา ใจกระจ่าง

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

ดร.สุรน้อย ช่วยเรือง

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ดร.ดลิตา อมรเหมานนท์

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

6. กลุ่มสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์/การบริหารรัฐกิจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิทย์ จันท์เพชร

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ดร.ตनुวัต สุวรรณวงศ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ดร.วิวัฒน์ ฤทธิมา

วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ

ดร.อรอุมา สุพัฒน์กุล

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ดร.วิสุทธิณี ธานีรัตน์

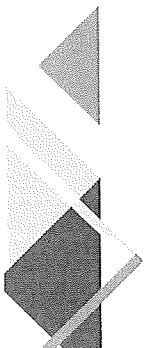
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ดร.ณรงค์ฤทธิ์ ปริสุทธิกุล

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

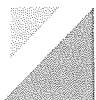
ดร.ฮาซันอกริม ดงนะเต็ง

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง



7. กลุ่มสาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชฎาภรณ์ จันทร์อุดม
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร เขี่ยมค่านวม
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
ดร. ณัฐกฤตา โชติภักคธนสุข
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

8. กลุ่มสาขาวิชาศิลปะการแสดงและการจัดการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภดล ทิพย์รัตน์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
ดร.สมโภชน์ เกตุแก้ว
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
ดร.จตุติกา โกศลเหมมณี
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง



ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของ
นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
Service Quality Factors Affecting Satisfaction with Advanced Info Service Co, LTD
(AIS) of student in Silpakorn University Phetchaburi IT Campus

โชติกา ขวัญภูษิต^{1*} ชัญญา พูลเพิ่ม¹ นภนันท หอมสุต¹
Chotika Kwanphusit^{1*} Chanya Poolpoem¹ Nopbhanont Homsud¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่ใช้บริการเครือข่าย AIS จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณในการวิเคราะห์จากผลการศึกษพบว่า ปัจจัยความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ และปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยสมการพยากรณ์คือ $= 0.409 + 0.396() - 0.166() + 0.624()$

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจในการใช้บริการ, เครือข่าย AIS

Abstract

The purpose of this research was to study service quality factors affecting satisfaction with Advanced Info Service Co, LTD (AIS) of student in Silpakorn University Phetchaburi IT Campus. The research instrument was a questionnaire. The samples were 400 students, using AIS network, at Silpakorn University Phetchaburi IT Campus Information. Multiple regression analysis was used in analysis. It was found that tangibles, reliability, and empathy (X_5) affect satisfaction with advanced Info Service Co, LTD (AIS) of student in Silpakorn University Phetchaburi IT Campus, Forecasting Equation = $0.409 + 0.396() - 0.166() + 0.624()$

Keywords: Service quality, Satisfaction, Advanced Info Service Co, LTD (AIS)

บทนำ

ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ในประเทศไทยที่เป็นผู้ให้บริการรายหลัก 5 ราย ประกอบด้วย 1) บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส (AIS) เป็นเครือข่ายที่ยอดผู้ใช้งานมากที่สุดในประเทศไทย ครองส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 43.65 2) บริษัท ทรูมูฟ จำกัด (มหาชน) หรือ ทรูมูฟ

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
Faculty of Management, Silpakorn University, Phetchaburi IT Campus
* Email: chotikakwanphusit@gmail.com

(Truemove) ครอบคลุมแบ่งทางการตลาดร้อยละ 29.66 3) บริษัท โทเทิลแอ็คเช็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ดีแทค (dtac) ครอบคลุมแบ่งทางการตลาดร้อยละ 24.69 4) บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ มาย (my by CAT) และ 5) บริษัท ทีที จำกัด (มหาชน) หรือ ทีไอที (TOT) มีส่วนแบ่งทางการตลาดรวมกันประมาณร้อยละ 2.00 (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2560) เนื่องจากความต้องการด้านปริมาณและความเร็วในการส่งข้อมูลข่าวสาร ส่งผลต่อพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคให้เพิ่มขึ้น คุณภาพและการขายด้านบริการเสริมจึงเป็นเรื่องสำคัญในการรักษาและดึงดูดลูกค้าของผู้ให้บริการเครือข่ายแต่ละราย

บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า AIS มีธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4 ประเภท คือ 1) ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G/3G/2G 2) บริการระบบเติมเงินและรายเดือน 3) การขายโทรศัพท์มือถือ 4) บริการโรมมิ่งและโทรออกต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสำหรับลูกค้าครัวเรือนและธุรกิจดิจิทัลเซอร์วิส (แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส, 2561) เพื่อสร้างตัวเลือกที่หลากหลายตามความต้องการและความเหมาะสมกับผู้บริโภค มีแนวโน้มที่จะพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องตามวิสัยทัศน์ของบริษัทคือเป็นผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ได้รับการยอมรับสูงสุดในประเทศไทย

ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายสำคัญของบริษัทที่ทำธุรกิจ การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นสินค้าหรือบริการจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้ นอกจากเรื่องจุดเด่นในเรื่องของสินค้าแล้ว คุณภาพด้านการบริการและมาตรฐานของสินค้าก็เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจใช้สินค้าหรือเลือกใช้สินค้านั้นต่อไป ยิ่งผู้บริโภคมีความพอใจมาก ก็จะแสดงให้เห็นถึงระดับความแตกต่างในด้านการแข่งขัน และทำให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตขึ้นเรื่อยๆ

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ผลการวิจัยจะทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคในการให้บริการ โดยการวิจัยครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาให้กับองค์กรธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด
2. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของเครือข่าย AIS เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุง ให้สามารถสนองความต้องการเครือข่าย AIS ของผู้ใช้บริการได้อย่างสูงสุด

ทบทวนวรรณกรรม

การดำเนินงานของบริษัท AIS

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด จัดตั้งเมื่อปี พ.ศ.2529 และได้รับสัมปทานจากองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยให้เป็นผู้ดำเนินโครงการบริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 900 MHz ในปี พ.ศ.2534 ได้รับอนุมัติเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีทุนจดทะเบียน 500 ล้านบาท และในปี พ.ศ.2535 ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และได้มีการพัฒนามาเรื่อยๆ

พันธกิจขององค์กร

1. เสริมสร้างการดำเนินชีวิตด้วยบริการเทคโนโลยีดิจิทัล
2. ส่งมอบบริการที่เหนือกว่า เพื่อส่งเสริมการดำเนินชีวิต รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถ และประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจของผู้ใช้บริการ
3. ใส่ใจบริการลูกค้า เพื่อสร้างความผูกพันกับผู้ใช้บริการ
4. เสริมสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่กระฉับกระเฉง ให้บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ มีความคิดเชิงบวก และมีแนวคิดในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจเพื่อการเติบโตขององค์กร
5. สร้างการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืนกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

คุณภาพการบริการ

วีระพงษ์ เถลิมาจิริรัตน์ (2543) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ คือ ความสอดคล้องกันของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากการบริการที่เขาได้รับ

Ziethaml, Parasuraman and Berry (1990) กล่าวว่า ตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการ หรือ SERVQUAL สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลัก ประกอบด้วย 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) 2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) 3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) 4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) 5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) SERVQUAL ได้รับความนิยมในการนำมาเพื่อศึกษาธุรกิจอุตสาหกรรมบริการอย่างกว้างขวาง และเป็นเทคนิคที่ให้อธิบายวัดคุณภาพในการบริการขององค์กร

ความพึงพอใจ

Philip Kotler (2000) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือ ความรู้สึกของลูกค้าในระดับที่แตกต่างกัน โดยความรู้สึกแต่ละระดับนั้นเกิดจากการเปรียบเทียบประโยชน์ของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ผลลัพธ์ของการคาดหวังจะส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) หรือความพึงพอใจ (Satisfaction) ก็ได้ ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวจะส่งผลต่อการเลือกใช้สินค้าซ้ำและการบอกต่อไปยังลูกค้ารายอื่น

สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์ (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกส่วนบุคคลที่รู้สึกเป็นสุขหรือได้รับการเติมเต็มจากการตอบสนองต่อความต้องการในจุดที่เป็นช่องโหว่หรือสิ่งที่ทำให้ขาดความพอดี ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่มิผลต่อพฤติกรรมที่จะแสดงออกของบุคคล ซึ่งเป็นเหตุให้เกิดแรงผลักดันในการตัดสินใจกระทำกิจกรรมใดๆ



วิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐิติวรดา บุตรนนท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ และความจงรักภักดีของ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาล โดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่าน: กรณีศึกษา แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลภาคเอกชน และโรงพยาบาลภาครัฐบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า โรงพยาบาลทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาลการรับรู้คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้สำหรับโรงพยาบาลภาคเอกชนแล้วกระบวนการรักษาความรับผิดชอบต่อสังคมและความไว้วางใจ เป็นตัวแปรพยากรณ์ที่สำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ส่วนโรงพยาบาลภาครัฐบาลโครงสร้างพื้นฐานคุณภาพของบุคลากรกระบวนการรักษาภาพลักษณ์และความไว้วางใจเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่สำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทั้งโรงพยาบาลภาคเอกชนและโรงพยาบาลภาครัฐบาลก็สามารถทำนายความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการได้เช่นกัน ทั้งนี้ผลการวิจัยยืนยันว่า ทั้งโรงพยาบาลภาคเอกชนและโรงพยาบาลภาครัฐบาล ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วน (Partial mediator) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอีกด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ครั้งนี้ เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นข้อมูลในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่ใช้บริการเครือข่าย AIS ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Judgmental Sampling) และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G.Cochran (1953) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% จะได้กลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 384.16 หรือ 385 ตัวอย่าง และในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจะเก็บเพิ่ม 15 ตัวอย่าง เพื่อการสูญเสียของแบบสอบถาม ดังนั้นขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยมีการอ้างอิงจากงานวิจัยของวิไลวัลย์ กิจบำรุง และศศิปรียา พรชัยเรืองเดช (2557) เรื่องปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า DATC ของกลุ่มวัยรุ่นนจามจรัสคาร์ มีการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยโดยความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) การนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน จนได้ค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และนำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วจำนวน 30 ชุดไปทำการทดสอบกับกลุ่มที่มีลักษณะประชากรใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปหาความเชื่อมั่นโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) คำนวณผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งต้องได้มากกว่า 0.7 ขึ้นไป โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ได้แก่ เพศ คณะที่กำลังศึกษา ระดับชั้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการเครือข่าย AIS

ส่วนที่3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของเครือข่าย AIS เป็นคำถามแบบ Interval scale โดยได้ค่า Cronbach's Alpha ในภาพรวม =0.954

โดยค่า Cronbach's Alpha ของแต่ละด้าน มีดังนี้

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ได้ค่า Cronbach's Alpha =0.799

ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ได้ค่า Cronbach's Alpha =0.708

การตอบสนองต่อลูกค้า ได้ค่า Cronbach's Alpha =0.918

การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ได้ค่า Cronbach's Alpha =0.804

การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ได้ค่า Cronbach's Alpha =0.786

ส่วนที่4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS เป็นคำถามแบบ Interval scale โดยได้ค่า Cronbach's Alpha =0.858

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.3 และเพศชาย จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8

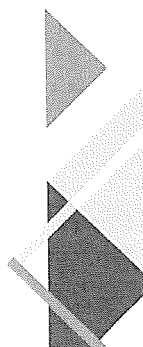
1.2 จำแนกตามคณะที่กำลังศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมากำลังศึกษาอยู่ในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 และกำลังศึกษาอยู่ในคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ

1.3 จำแนกตามระดับชั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมากำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 3 จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

1.4 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,000-8,000 บาท จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 4,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001-12,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 12,001 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่าย AIS ของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของเครือข่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้า มากกว่า 6 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมา เป็นลูกค้า 6 เดือน-1 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 เป็นลูกค้า 4-6 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 เป็นลูกค้า 2-4 ปี จำนวน 54 คน



คิดเป็นร้อยละ 13.5 เป็นลูกค้า 1-2 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และเป็นลูกค้า น้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

2.2 จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักที่ใช้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เน้นการใช้งานอินเทอร์เน็ต จำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 92 และเน้นการโทรออกและรับสาย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8

2.3 จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการเครือข่าย AIS พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการเพราะมีความคุ้มค่าและเป็นราคาที่ผู้บริโภคมองรับได้ จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาเพราะมีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 เพราะมีประเภทผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 เพราะฟรีเซนต์อร์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และเพราะพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี/เป็นกันเอง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

2.4 จำแนกตามแพ็คเกจหลักที่ใช้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แพ็คเกจรายเดือน จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 และใช้แพ็คเกจเติมเงิน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3

2.5 จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการให้บริการเครือข่าย AIS ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการให้บริการ 400-800 บาท จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมามีค่าใช้จ่ายในการบริการ น้อยกว่า 400 บาท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 มีค่าใช้จ่ายในการให้บริการ 801-1,200 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และมากกว่า 1,200 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

2.6 จำแนกตามบุคคลที่เป็นคนแนะนำให้ใช้บริการเครือข่าย AIS พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการด้วยตัวเอง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาบิดา-มารดาเป็นผู้แนะนำ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ญาติพี่น้องเป็นผู้แนะนำ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 เพื่อนเป็นผู้แนะนำ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และผู้อื่นเป็นผู้แนะนำ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

3. ผลวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของเครือข่าย AIS

3.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ด้านปัจจัยความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ ศูนย์บริการมีความสะอาดเรียบร้อยและมีการรักษาความปลอดภัยที่ดี สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.30 S.D. = 0.67) รองลงมาคือ AIS มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย = 4.15 S.D. = 0.70) เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย = 4.14 S.D. = 0.69) ศูนย์ AIS ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย = 4.12 S.D. = 0.73) และเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำด้านบริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย = 4.08 S.D. = 0.85) ตามลำดับ ทั้งนี้ ทั้งห้าข้อ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ด้านปัจจัยความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ เจ้าหน้าที่สามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการ สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.16 S.D. = 0.79) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย = 4.12 S.D. = 0.73) และเจ้าหน้าที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย = 4.11 S.D. = 0.78) ตามลำดับ ทั้งนี้ทั้งสามข้อมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ด้านปัจจัยการตอบสนองต่อลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ เจ้าหน้าที่เต็มใจช่วยเหลือผู้รับบริการ สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.27 S.D. = 0.71) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตอบคำถามและให้ความช่วยเหลือดี (ค่าเฉลี่ย = 4.19 S.D. = 0.76) เจ้าหน้าที่พร้อมที่จะให้ข้อมูลข่าวสารและให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย = 4.04 S.D. = 0.76) และเจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.04 S.D. = 0.76) ตามลำดับ ทั้งนี้ทั้งสี่ข้อมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก

3.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้าน ปัจจัยการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ ไม่เปิดเผยข้อมูลการใช้บริการของผู้ใช้รายหนึ่งรายใดให้ผู้ให้บริการรายอื่นทราบ สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.33 S.D. = 0.69) รองลงมา คือ ให้บริการด้านการเงินด้วยความซื่อสัตย์สุจริต (ค่าเฉลี่ย = 4.23 S.D. = 0.76) เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ ที่ดีให้บริการด้วยความจริงใจ (ค่าเฉลี่ย = 4.20 S.D. = 0.75) และเจ้าหน้าที่มีความรู้ ทักษะและความสามารถในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.14 S.D. = 0.71) ตามลำดับ ทั้งนี้ทั้งสี่ข้อมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก

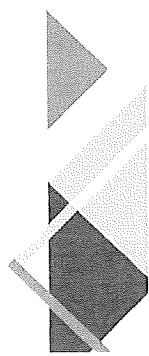
3.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ด้านปัจจัยการรู้จักและเข้าใจลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ และอธิบายได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.15 S.D. = 0.76) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ในการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา แนะนำให้แก่ผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย = 4.13 S.D. = 0.71) และเจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม (ค่าเฉลี่ย = 4.10 S.D. = 0.83) ตามลำดับ ทั้งนี้ทั้งสามข้อมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก

3.6 ผลวิเคราะห์คุณภาพการบริการโดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับพึงพอใจ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.23 S.D. = 0.55) รองลงมา คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.16 S.D. = 0.56) การตอบสนองต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.13 S.D. = 0.63) ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย = 4.13 S.D. = 0.67) และการรู้จักและใส่ใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.13 S.D. = 0.68) ตามลำดับ ทั้งนี้ทั้งห้าด้านมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้ บริการเครือข่ายโทรศัพท์ AIS พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจ การ ตั้งใจที่จะใช้บริการเครือข่าย AIS ต่อไป สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.28 S.D. = 0.80) รองลงมา คือ เครือข่าย AIS สร้างความพึงพอใจให้แก่ท่านมากกว่าเครือข่ายอื่น (ค่าเฉลี่ย = 4.12 S.D. = 0.82) มีความผูกพันกับเครือข่าย AIS (ค่าเฉลี่ย = 4.00 S.D. = 0.93) ความสนใจในข้อมูลข่าวสารของเครือข่าย AIS (ค่าเฉลี่ย = 3.73 S.D. = 1.05) และการบอกต่อถึงบริการที่ดีของเครือข่าย AIS ให้กับญาติหรือคนรู้จักของท่านอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย = 3.87 S.D. = 1.11) ตามลำดับ ทั้งนี้ทั้งห้าข้อมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

5. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอย พหุคูณ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ความเป็นรูปธรรมของ การบริการ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จัก



และเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร
 วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

Model	ตัวแปร	B	Std.Error	Beta	t	Sig.
(Constant)		.409	.226		1.807	.072
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	X_1	.396	.074	.297	5.332	.000
ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	X_2	-.166	.067	-.149	-2.497	.013
การตอบสนองต่อลูกค้า	X_3	.015	.078	.013	.196	.844
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	X_4	-.002	.070	-.001	-.026	.979
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	X_5	.624	.059	.572	10.518	.000

$R = 0.708$, $R^2 = 0.501$, Adjusted $R^2 = 0.494$, Std. Error of the Estimate = 0.53167

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของ
 นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ความเป็นรูปธรรมของ
 การบริการ(X_1) ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้(X_2) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า(X_5) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน
 ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ผลการถดถอยดังกล่าวมีค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 49.4% โดยสร้างสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.409 + 0.396(X_1) - 0.166(X_2) + 0.624(X_5)$$

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ
 เครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่
 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ(X_1) ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้(X_2) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า(X_5) ซึ่ง
 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สฐิตีวรา บุตรนนท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้
 บริการ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล โดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่าน: กรณีศึกษา
 แผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลภาคเอกชน และโรงพยาบาลภาครัฐบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี พบว่า
 สำหรับโรงพยาบาลภาคเอกชนแล้วกระบวนการรักษาความรับผิดชอบต่อสังคมและความไว้วางใจ เป็น
 ตัวแปรพยากรณ์ที่สำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ส่วนโรงพยาบาลภาครัฐบาลโครงสร้างพื้นฐาน
 คุณภาพของบุคลากรกระบวนการรักษาภาพลักษณ์และความไว้วางใจเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่สำคัญของ
 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ทั้งโรงพยาบาลภาคเอกชนและโรงพยาบาลภาครัฐบาล ความพึง
 พอใจของผู้ใช้บริการเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วน (Partial mediator) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพ
 การให้บริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอีกด้วย

บทสรุป

การศึกษางานวิจัยนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่ใช้บริการเครือข่าย AIS จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Judgment Sampling) ทดสอบโดยใช้สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า โดยส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เนื่องจากมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติต่ำกว่า 0.05

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย AIS ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ทำให้ทราบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มีความสำคัญต่อคุณภาพการบริการ โดยจุดแข็งของเครือข่าย AIS คือ ความสะอาดเรียบร้อยและมีการรักษาความปลอดภัยที่ดี เจ้าหน้าที่สามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการรักษาคุณภาพและพัฒนาความสามารถดังกล่าว ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการที่มีคุณภาพ และเป็นผู้นำในการดำเนินงานทางธุรกิจที่ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์รายหนึ่งในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- พัฒนาการที่สำคัญของ AIS. (2563). สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2563, จาก <http://investor-th.ais.co.th/vision.html>
- ฐิติวราตา บุตรนนท์. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล โดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่าน: กรณีศึกษา แผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลภาคเอกชน และโรงพยาบาลภาครัฐบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี. สืบค้นเมื่อ 6 มกราคม 2563, จาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/56710148.pdf
- วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์. (2543). คุณภาพในงานบริการ 1. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ส.ส.ท.
- สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์. (2540). ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อโครงการส่งเสริมการปลูกมะเขือเทศแบบมีสัญญาผูกพันในจังหวัดลำปาง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, (2560). รายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2563, จาก <https://bit.ly/2RuEci9>

