



โครงการวิจัย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการ เครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัย
เทคโนโลยีอรรถวิทย์พาณิชย์การ (The opinion of marketing ingredients of DTAC service of the
student's Attawit Commercial Technology)

ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นายเฟื่องฟู ปุยงาม
2. นายบุญฤทธิ์ ชนะวงศ์
3. นายนิวัฒน์ อุไรวรรณ

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ

สาขางานการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พาณิชย์การ

ปีการศึกษา 2562

กิตติกรรมประกาศ

การดำเนินงานโครงการวิจัยครั้งนี้จะไม่สามารถสำเร็จลงไปได้ หากปราศจากความกรุณาจากอาจารย์กัณตชาติ เมธาโชติมณีกุล อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และอาจารย์ภัสสรัฐ ภาคิณาย อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการที่ได้ให้ความช่วยเหลือให้คำแนะนำและตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนการค้นคว้าครั้งนี้ได้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้กรุณาอบรมสั่งสอนให้วิชาความรู้และให้การสนับสนุนในการค้นคว้างานวิจัยครั้งนี้

ขอบคุณนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชกร ทุกท่านที่ให้คำแนะนำ และความร่วมมือที่ดีในการตอบแบบสอบถาม

ขอขอบคุณคุณแม่ที่ให้กำลังใจและคอยสนับสนุนแก่คณะผู้จัดทำโครงการทุกคน

คณะผู้จัดทำโครงการวิจัย

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง	ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของ นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์	
ชื่อผู้เขียน	1.นายเฟื่องฟู ปุຍงาม	
	2.นายบุญญฤทธิ์ ชนะวงศ์	
	3.นายนิวัฒน์ อุไรวรรณ	
สาขาวิชา	การตลาด	
ปีการศึกษา	2562	

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์ กลุ่มตัวอย่าง คือนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1-3 และ (ปวส.) ชั้นปีที่ 1-2 ที่ใช้บริการเครือข่าย DTAC เป็นจำนวน 150 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาค่าความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์ โดยภาพรวม ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้บริการ "DTAC" ของนักศึกษาในวิทยาลัยอรรณพวิทยพัฒน์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ในเครือข่ายและด้านพนักงาน-บุคลากรในเครือข่ายปัจจุบัน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านราคาในเครือข่าย อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริการเสริมนอกเหนือจากการโทร เช่น SMS, MMS, ดาวน์โหลด อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความครอบคลุมของสัญญาณ อยู่ในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ คุณภาพสัญญาณระหว่างสนทนา อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ด้านราคาในเครือข่ายในปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง อยู่ในระดับมากที่สุด

รองลงมา คือ อัตราค่าบริการ อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การกำหนดราคาตามช่วงเวลา อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่ายในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ความทั่วถึงของศูนย์บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การชำระค่าบริการผ่านช่องทางอื่นๆ อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ จำนวนศูนย์บริการที่ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านส่งเสริมการตลาดในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การจัด บูธตามสถานที่ต่างๆ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (โทรทัศน์,วิทยุ,นิตยสาร ฯลฯ) อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความหลากหลายของโปรโมชั่น เช่นการเพิ่มความเร็วของอินเทอร์เน็ตการเพิ่มเวลาโทร เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านพนักงาน-บุคลากรในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ความมีจิตใจในการให้บริการของพนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความสุภาพของพนักงานในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านกระบวนการในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ขั้นตอนในการขอใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ขั้นตอนในการชำระค่าบริการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านสภาพแวดล้อมในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดและแสงสว่างภายในศูนย์ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความทันสมัยภายในศูนย์ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(2-3)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(7)
บทที่	
1 บทนำ	
ลักษณะและความสำคัญของปัญหา.....	8
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	9
ขอบเขตของการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	11
2 แนวคิด ทฤษฎี และรายงานที่เกี่ยวข้อง.....	12
เอกสารเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	12
เอกสารเกี่ยวกับการบริการ.....	15
เอกสารเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7PS').....	17
ประวัติเครือข่ายDTAC.....	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	20
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	20
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	20
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	21
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	21
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	21
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	22

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	24-29
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	30
สรุปผล	30
อภิปรายผล	31
ข้อเสนอแนะ	32
ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้.....	32
ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป	32
ภาคผนวก	
ก ใบอนุมัติโครงการ.....	33-41
ข ตัวอย่างแบบสอบถาม.....	42-45
ค ประมวลภาพการดำเนินโครงการ	46-53
ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ.....	54-57
บรรณานุกรม.....	58

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	24
2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อใช้บริการ DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ.....	26

บทที่ 1

บทนำ

ลักษณะและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่นับเป็นอุปกรณ์สำคัญและมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตประจำวันเป็นอย่างยิ่ง ด้วยวิวัฒนาการทางโทรศัพท์ด้านการสื่อสารไร้สาย ที่ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการ และได้รับความนิยมอย่างมากด้วยคุณลักษณะพิเศษ คือ การอำนวยความสะดวกในการติดต่อ และความสามารถในการเคลื่อนที่ ที่ช่วยให้การติดต่อสื่อสาร และการเข้าถึงข้อมูล เป็นไปได้อย่าง รวดเร็วและแม่นยำ ในทุกสถานที่และทุกเวลา ดังนั้นผู้ให้บริการด้านเครือข่ายโทรคมนาคมจึงพยายามหากลยุทธ์ในการดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาใช้บริการกับเครือข่ายของตน และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคตามกระแสสังคมที่เปลี่ยนไป

จากข้อมูลผลการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2552-2562 จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 56.8 (จำนวน 34.8 ล้านคน) เป็นร้อยละ 73.3 (จำนวน 46.4 ล้านคน) จากการสำรวจจำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปทั้งสิ้นประมาณ 63.3 ล้านคนจากการรายงานยอดผู้ใช้บริการมือถือโดยนับเฉพาะผู้ให้บริการหลักทั้ง 3 รายใหญ่ของ ประเทศไทย ได้แก่ AIS, TRUE MOVE และ DTAC ดังนั้น จะเห็นได้ว่าตลาดของผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่มีสถานะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากไม่สามารถ แข่งขันกันที่เพียงแค่การเพิ่มจำนวนเบอร์โทรศัพท์ของลูกค้าได้ลูกค้าแต่ละรายมีการใช้เบอร์โทรศัพท์ มากกว่า 1 เบอร์ดังนั้นการแข่งขันของผู้ให้บริการในแต่ละรายจะต้องมีกลยุทธ์ที่ใช้โน้มน้าวรักษาลูกค้าเก่า และเพิ่มปริมาณการใช้งานของลูกค้าแต่ละรายให้มากขึ้น ประกอบกับอยู่ในระยะที่เป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีซึ่งทำให้รูปแบบการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไป ดังนั้น จึงทำให้ผู้ให้บริการเครือข่ายแต่ละรายต่างหันกลับมาพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันในด้านต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น การโฆษณา จัดแสดงสินค้าและบุพเพน่านการให้บริการในรูปแบบต่างๆ การส่งเสริมการตลาด รวมถึงโปรโมชั่นที่มีความแตกต่างกันและหลากหลายในแต่ละเครือข่ายที่ให้บริการ

จากปัญหาและความสำคัญดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจวิจัยเรื่องความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของ

นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ และนำข้อมูลที่ได้รับเพื่อนำไปปรับปรุงดำเนินการ
แผนการตลาดของเครือข่าย DTAC

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC
ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร คือ นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
(ปวช.) ชั้นปีที่ 1-3 และ (ปวส.) ชั้นปีที่ 1-2 ที่ใช้บริการเครือข่าย DTAC เป็นจำนวน 1945 คน (ข้อมูล
จากสำนักทะเบียนแล้ววัดผล ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2562)

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการระดับประกาศนียบัตร
วิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1-3 และ (ปวส.) ชั้นปีที่ 1-2 ที่ใช้บริการเครือข่าย DTAC เป็นจำนวน 150 คน

ระยะเวลาในการวิจัย คือ เดือนมิถุนายน 2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2563 ในการวิจัยครั้งนี้ได้
กำหนดตัวแปรต้น (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ดังนี้

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ

1.1 เพศ มีดังนี้

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ ดังนี้

1.2.1 16 ปี หรือ ต่ำกว่า

1.2.2 16-18 ปี

1.2.3 19-21 ปี

1.2.4 มากกว่า 21 ปี

1.3 ระดับชั้น มีดังนี้

1.3.1 ปวช.1

1.3.2 ปวช.2

1.3.3 ปวช.3

1.3.4 ปวส.1

1.3.5 ปวส.2

1.4 สาขาวิชา มีดังนี้

- 1.4.1 สาขาวิชาการบัญชี
- 1.4.2 สาขาวิชาการตลาด
- 1.4.3 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
- 1.4.4 สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 1.4.5 สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
- 1.4.6 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก
- 1.4.7 สาขาภาษาต่างประเทศ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์ชัยการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

บริการเครือข่าย DTAC หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยของ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

ความคิดเห็น หมายถึง เป็นการแสดงออกด้าน ความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นความรู้สึกเชื่อถือที่ไม่อยู่บนความแน่นอนหรือความจริง แต่ขึ้นอยู่กับจิตใจบุคคล จะแสดงออกโดยมีข้ออ้าง หรือการแสดงผลสนับสนุน หรือปกป้องความคิดนั้น ความคิดเห็นบางอย่างเป็น ผลของการแปลความหมายของข้อเท็จจริงซึ่งขึ้นอยู่กับคุณสมบัติประจำตัวของแต่ละบุคคล เช่น พื้นความรู้ ประสบการณ์ในการทำงาน สภาพแวดล้อม และมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ การแสดงความคิดเห็นนี้อาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่น ๆ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ประกอบด้วย

1. ด้านบริการ พบว่านักศึกษามีความสนใจในการใช้บริการเครือข่าย DTAC คือ เป็นระบบทางด้านการบริการที่ทันสมัย และตอบโต้ในด้านการความสะดวกสบายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต และใช้ติดต่อสื่อสารของผู้บริโภคโดยสามารถใช้บริการเครือข่ายได้

2. ด้านราคา บริการเครือข่าย DTAC ในส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสาร บริการที่ผู้บริโภคใช้บริการนั้นมีราคาที่จัดไว้ได้เหมาะสมและตรงตามคุณภาพของเครือข่ายนั้น ๆ อย่างชัดเจน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในปัจจุบันธุรกิจเครือข่ายมือถือและอินเทอร์เน็ต เครือข่าย DTAC ได้เปิดให้บริการทั่วทุกที่ไม่ว่าผู้บริโภคจะเดินทางไปไหน จะได้รับความสะดวกสบายจากบริการเครือข่าย DTAC

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด การบริการเครือข่าย DTAC ได้จัดทำ การส่งเสริมการตลาดขึ้น อย่างมากมายอาทิเช่น บริการโทรฟรี, บริการใช้อินเทอร์เน็ตได้ไม่จำกัด, การสะสมคะแนนการใช้ บริการเพื่อสิทธิประโยชน์ต่างๆ

5. ด้านการให้บริการจากพนักงาน พนักงานมีการแนะนำการให้บริการในด้านต่าง ๆ เช่น การ สอบถามโปรโมชั่น, บริการ Call Center ด้วยน้ำเสียงที่สุภาพและเป็นมิตร

6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตการกสิกรไทยได้และชำระเงินผ่าน บัตรเครดิต พร้อมทั้งมีบริการเสริมอาทิเช่น เติมเงินโทรศัพท์มือถือผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน

7.ด้านกระบวนการ มีการบริการที่พร้อมเสมอเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาในข้อสงสัยต่าง ๆ หากเกิด ข้อผิดพลาดพนักงานก็จะสามารถตอบได้ทันที

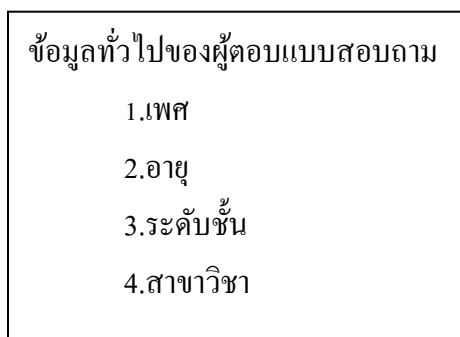
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของ นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์

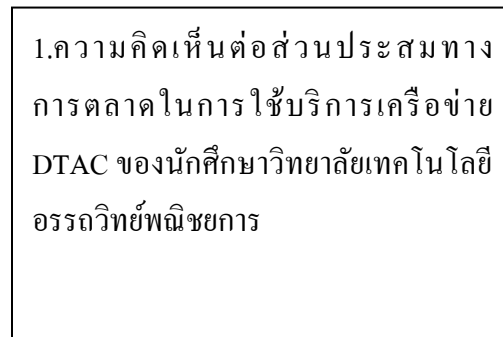
2. นำข้อมูลที่ได้รับไปปรับปรุงแผนการตลาดของบริการเครือข่าย DTAC

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เอกสารเกี่ยวกับความคิดเห็น
 - 1.1. ความหมายของความคิดเห็น
 - 1.2. องค์ประกอบของความคิดเห็น
 - 1.3. ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น
2. เอกสารเกี่ยวกับการบริการ
 - 2.1. ความหมายของการบริการ
 - 2.2. องค์ประกอบความพึงพอใจในการบริการ
3. เอกสารเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7PS')
4. ประวัติเครือข่าย DTAC
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. เอกสารเกี่ยวกับความคิดเห็น

1.1 ความหมายของความคิดเห็น

ความหมายของความคิดเห็นความคิดเห็นตามความหมายในพจนานุกรมการศึกษา ราชบัณฑิตยสถาน (2546, น. 231) หมายถึง ความเชื่อการตัดสินใจ ความคิดความรู้สึกประทับใจที่ไม่ได้เกิดจากการพิสูจน์ หรือการชั่งน้ำหนักว่าเป็นการถูกต้องหรือไม่พจนานุกรมฉบับภาษาอังกฤษ (Webster, 1998, p. 950) ที่ให้ความหมายว่า ความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนความรู้สึกในใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่จะพิจารณาตัดสินใจเพื่อการประเมินคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ (ชาญณรงค์คำเพชร, 2549, น. 7)

กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ (2528 อ้างถึงในสุพินดาวงษ์บุรี 2547, น. 10-11) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกโดยการพูดหรือเขียนเกี่ยวกับทัศนคติหรือความเชื่อหรือค่านิยมของบุคคล ความคิดเห็นไม่เหมือนทัศนคติตรงที่ไม่จำเป็นต้องแสดงความรู้สึก อารมณ์หรือการแสดงพฤติกรรมที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นคำพูดพร้อมเหตุผลที่บุคคลคิดขึ้นมา และถ้าไม่มีคนเห็นด้วยก็อาจเปลี่ยนคำพูดดังกล่าวได้ ดังนั้นบุคคลที่มีทัศนคติหรือความเชื่อหรือค่านิยมอย่างไร

อย่างหนึ่ง แต่ถ้าไม่แสดงความคิดเห็นออกมา ก็จะไม่มีบุคคลใดทราบเลยว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติ ความเชื่อหรือค่านิยม

กู๊ด (Good, 1973, p. 113) กล่าวว่า ความคิดเห็น ความเชื่อ ความคิดหรือการลงความเห็น เกี่ยวกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งไม่อาจบอกได้ว่าถูกต้องหรือไม่

สุพรสินธ พรัตน์ (2548, น. 6) ได้กล่าวถึง ความหมายของความคิดเห็นว่าเป็นการ แสดงออก (Overt Expression) ของทัศนคติ (Overt Attitude) ที่มีอยู่ภายในโดยการพูดหรือการเขียน ซึ่งความจริง ไม่น่าจะเป็นเช่นนั้น เพราะบุคคลสามารถมีความคิดเห็นในใจได้โดยไม่ต้องแสดงออก และบุคคลก็อาจแสดงทัศนคติออกมาเป็นคำพูดได้เช่นกัน

ฮอว์นบี และคณะ (Horney; et al., 1968, p. 682) กล่าวว่า ความคิดเห็น คือ ความเชื่อหรือ การลงความเห็นที่ไม่ได้เป็นความรู้ที่อันแท้จริง ความคิดเห็น คือ ความคิดเห็นในบางสิ่งบางอย่าง ที่อาจเป็นจริงได้

กัวลนิก (Gulatnik, 1976, p. 46) ได้กล่าวถึงความคิดเห็นว่า มีคำจำกัดความ 4 ข้อ คือ

1. เป็นความเชื่อที่ไม่สามารถยืนยันได้แน่นอนว่าเป็นความรู้ที่แท้จริง หรือความน่าจะเป็นของความคิดเห็นเฉพาะบุคคลในการตัดสินใจ
2. การประเมินผล หรือความรู้สึก หรือการประมาณค่าเกี่ยวกับคุณลักษณะคุณค่าของบุคคล หรือสิ่งต่าง ๆ
3. รูปแบบการตัดสินใจของผู้เชี่ยวชาญเนื้อหาสาระ ซึ่งการให้ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เป็นสิ่งที่ต้องการ
4. หลักเกณฑ์ในการใช้ถ้อยคำโดยมีการตัดสินใจ หรือพิจารณาตัดสินสิ่งต่าง ๆ โดยมี หลักเกณฑ์สนับสนุนในแต่ละกรณี

เทอร์สโตน (Thurstone, 1977, p. 285) กล่าวว่า เจตคติเป็นการแสดงออกทางผลรวมของ ความโน้มเอียงและความรู้สึก ความมีอคติ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นอยู่ในจิตใจมาก่อนความคิด ความกลัว การบังคับขู่เข็ญและการลงความเห็นของมนุษย์เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ส่วนความคิดเห็น ก็คือ เจตคติ แต่เป็นการแสดงเจตคติที่แสดงออกมาเป็นคำพูด นอกจากนั้นความคิดเห็นยังเป็นสัญลักษณ์ ทางเจตคติด้วย

ออสแคมป์ (Oskamp, 1997, pp. 12-13) กล่าวว่า ความคิดเห็นน่าจะใกล้เคียงกันกับความ เชื่อมากกว่าในด้านความเฉพาะเจาะจงของขอบเขตและเนื้อหา และทั้งสองสิ่งนี้มีองค์ประกอบของ ความรู้ (Cognitive) มากกว่าองค์ประกอบความรู้สึก (Affective) แต่ทัศนคติจะมีองค์ประกอบของ ความรู้สึกมากกว่า หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่ง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพิจารณาความเป็นไปได้ของ เหตุการณ์และความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่างๆ ในขณะที่ทัศนคติเกี่ยวข้องกับความปรารถนา และ ความต้องการ

จารุวรรณ บุญรอด (2549, น. 7) กล่าวว่า ความคิดเห็น เป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกต่อสิ่งใดด้วยการพูดหรือเขียน โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อม ซึ่งการแสดงความคิดเห็นนี้อาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่น ๆ ก็ได้

ชาญณรงค์ คำเพชร (2549, น. 7) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเกิดจากการรับรู้และเรียนรู้ของบุคคลนั้น ๆ เป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ อาจเปลี่ยนแปลงได้เสมอตามกาลเวลา ความคิดเห็นของบุคคลแต่ละคนต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจเหมือนหรือไม่เหมือนกันก็ได้

ศรัณย์ พงษ์รัตนานุกูล (2549, น. 9) กล่าวว่า ความคิดเห็นคือการแสดงออกทางความคิด ทำที่ความรู้สึกที่มีต่อบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเกิดเป็นผลที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ ซึ่งมีลักษณะส่งเสริม คือ พอใจ นิยมชมเชย สนับสนุนและปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ หรือในลักษณะต่อต้าน คือ การขัดแย้ง ไม่ร่วมมือ ไม่ปฏิบัติตาม

เบสท์ (Best, 1997, p. 117) กล่าวว่า iva ความคิดเห็นเป็นการสำรวจ ศึกษาความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งแต่ละคนจะแสดงความเชื่อและความรู้สึกใด ๆ ออกมาโดย คำพูด การเขียน การสำรวจความคิดเห็นจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนนโยบายต่าง ๆ เพราะจะทำให้สำเร็จบรรลุตามเป้าหมายอย่างแท้จริงแล้ว โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สรุปได้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งอาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้

1.2 องค์ประกอบของความคิดเห็น

จากการศึกษาเรื่ององค์ประกอบของความคิดเห็น เทรนดิส ชนะจิต เกตุอุไร (2549, น8-9) ได้อธิบายว่า องค์ประกอบของความคิดเห็นที่ 3 ส่วน ได้แก่

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ความรู้และความคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งเร้า ซึ่งอาจเป็นบุคคล กลุ่มหรือภาวการณ์ใด ๆ ความรู้และความคิดดังกล่าวจะเป็นส่วนกำหนดลักษณะและทิศทางของความคิดเห็นของบุคคล กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีความรู้และการติดต่อกับสิ่งเร้าได้ครบถ้วนแล้วบุคคลจะมีความคิดเห็นต่อสิ่งเร้าในทางบวกหรือลบชัดเจนขึ้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ อารมณ์หรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า อารมณ์หรือความรู้สึกดังกล่าว จะเป็นส่วนกำหนดลักษณะและทิศทางของความคิดเห็นของบุคคล กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีอารมณ์หรือความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งใด บุคคลก็จะมีความคิดเห็นทางบวกต่อสิ่งนั้น แต่ถ้าบุคคลมีอารมณ์หรือความรู้สึกไม่ดีต่อสิ่งใด บุคคลจะมีความคิดเห็นในทางลบ

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior Component) คือ พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่ง พฤติกรรมดังกล่าวจะเป็นสิ่งบอกลักษณะและทิศทางของ

ความคิดเห็นของบุคคล กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมของบุคคลที่จะแสดงออกต่อสิ่งเร้านั้นชัดเจนแน่นอน
ความคิดเห็นก็ย่อมมีลักษณะเป็นบวกหรือลบชัดเจนแน่นอน

1.3 ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นในงานศึกษาของ
ดวงอุมา โสภา (2551, น. 24) ได้สรุปปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคลซึ่งทำให้
บุคคลแต่ละคนแสดงความคิดเห็นที่เหมือนกัน หรือแตกต่างกันไว้ ดังนี้

1. ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย คือ เพศ อวัยวะ ความครบถ้วนสมบูรณ์ของ
อวัยวะต่าง ๆ คุณภาพของสมอง
2. ระดับการศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น และ
การศึกษาทำให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ มากขึ้น และคนที่มีความรู้มากมักจะมีความคิดเห็น
ในเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล
3. ความเชื่อ ค่านิยม และเจตคติของบุคคลต่อเรื่องต่าง ๆ ซึ่งอาจจะได้จากการ
เรียนรู้จากกลุ่มบุคคลในสังคม หรือจากการอบรมสั่งสอนของครอบครัว
4. ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่
และความรับผิดชอบต่องาน ซึ่งจะส่งผลต่อความคิดเห็น
5. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์
 ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นของบุคคล เป็นการได้รับข่าวสาร ข้อมูล
ต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้อง มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคล เพราะเมื่อ
บุคคลอยู่ในกลุ่มใดหรือสังคมใด ก็ต้องยอมรับและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มหรือสังคม ซึ่งทำ
ให้บุคคลนั้นมีความเห็นไปตามกลุ่มหรือสังคมที่อยู่

2. เอกสารเกี่ยวกับการบริการ

2.1 ความหมายของการบริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง การ
ปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ

วีรพงษ์ (2539) ให้ความหมายของการบริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำ ที่บุคคล
หนึ่งทำให้หรือส่งมอบอีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบอันนั้น

ไพโรพนา (2544) ให้ความหมายของการบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการ
ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้
ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมี
ลักษณะเฉพาะของตัวเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปแบบและ

ไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไม่ตรี เปี่ยม ด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวก

รัชยา (2535) ให้ความหมายของการบริการ คือ การบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้อง ประกอบด้วยปัจจัย 10 ประการ ดังนี้

1.ความเชื่อถือได้ (reliability) ประกอบด้วย

1.1 ความสม่ำเสมอ (consistency)

1.2 ความพึ่งพาได้ (dependability)

2.การตอบสนอง (responsive) ประกอบด้วย

2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ

2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการ

2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง

2.4 ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี

3.ความสามารถ (competency) ประกอบด้วย

3.1 สามารถในการสื่อสาร

3.2 สามารถในการบริการ

3.3 สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ

4.การเข้าถึงบริการ (access) ประกอบด้วย

4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก

4.2 ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายและมีความซับซ้อนเกินไป

4.3 ผู้บริการใช้เวลารอคอยไม่นาน

4.4 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาสะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ

4.5 อยู่ในสถานที่ที่ผู้บริการสามารถเข้าติดต่อได้สะดวก

5.ความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ประกอบด้วย

5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้บริการ

5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม

5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี

6.การสื่อสาร (communication) ประกอบด้วย

6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะของงานบริการ

6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

7.ความซื่อสัตย์ (credibility) คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ

8.ความมั่นคง (security) ประกอบด้วย ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือและอุปกรณ์

9.ความเข้าใจ (understanding) ประกอบด้วย

9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ

9.2 การแนะนำและการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ

10.การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (tangibility) ประกอบด้วย

10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับการให้บริการ

10.2 การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

10.3 การจัดเตรียมสถานที่ให้บริการสวยงาม

2.2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าควรจะได้รับและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งระดับความพึงพอใจอาจไม่คงที่ ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจในการบริการมีองค์ประกอบ 2 ประการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หน่วยที่ 8-15, 2545) คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณลักษณะบริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด เช่น แยกที่เข้าพักในโรงแรมจะได้พักในห้องพักที่จองไว้ ลูกค้ายที่เข้าไปในภัตตาคารควรจะได้รับการบริการตามที่สั่ง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นบริการที่ผู้รับบริการควรจะได้รับการบริการตามลักษณะของการบริการ แต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการพฤติกรรมแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติงานในการให้บริการ

3. เอกสารเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

1. ด้านบริการ พบว่านักศึกษาให้ความสนใจในการใช้บริการเครือข่าย DTAC คือ เป็นระบบทางด้านการบริการที่ทันสมัย และตอบ โจทย์ในด้านความสะดวกสบายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตและใช้ติดต่อสื่อสารของผู้บริโภคโดยสามารถใช้บริการเครือข่ายได้

2. **ด้านราคา** บริการเครือข่าย DTAC ในส่วนใหญ่มุ่งเน้นถึงความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสาร บริการที่ผู้บริโภครับบริการนั้นมีราคาที่จัดไว้ได้เหมาะสมและตรงตามคุณภาพของเครือข่ายนั้น ๆ อย่างชัดเจน

3. **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ในปัจจุบันธุรกิจเครือข่ายมือถือและอินเทอร์เน็ต เครือข่าย DTAC ได้เปิดให้บริการทั่วทุกที่ไม่ว่าผู้บริโภคจะเดินทางไปไหน จะได้รับความสะดวกสบายจากบริการเครือข่าย DTAC

4. **ด้านการส่งเสริมการตลาด** การบริการเครือข่าย DTAC ได้จัดทำส่งเสริมการตลาดขึ้นอย่างมากมาหลายปี เช่น บริการโทรฟรี, บริการใช้อินเทอร์เน็ตได้ไม่จำกัด, การสะสมคะแนนการให้บริการเพื่อสิทธิประโยชน์ต่างๆ

5. **ด้านการให้บริการจากพนักงาน** พนักงานมีการแนะนำการให้บริการในด้านต่าง ๆ เช่น การสอบถามโปรโมชั่น, บริการ Call Center ด้วยน้ำเสียงที่สุภาพและเป็นมิตร

6. **ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก** มีการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตการกสิกรไทยได้และชำระเงินผ่านบัตรเครดิต พร้อมทั้งมีบริการเสริมอาทิเช่น เงินโทรศัพท์มือถือผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน

7. **ด้านกระบวนการ** มีการบริการที่พร้อมเสมอเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาในข้อสงสัยต่าง ๆ หากเกิดข้อผิดพลาดพนักงานก็จะสามารถตอบได้ทันที

4.ประวัติเครือข่าย DTAC

บริษัท โทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัทจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัท จำกัดในเดือนสิงหาคม 2532 โดยกลุ่มเบญจรงค์กุล เพื่อประกอบธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเริ่มให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในย่านความถี่ 800 เมกะเฮิร์ตซ์ และ 1800 เมกะเฮิร์ตซ์ ภายใต้สัญญา ร่วมการงานซึ่งอยู่ในรูปแบบ “สร้าง-โอน-ดำเนินงาน” จาก บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) (เดิมคือ การสื่อสารแห่งประเทศไทย)

ในปี 2555 บริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมย่านความถี่ 2.1 กิกะเฮิร์ตซ์ จากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และเริ่มให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในย่านความถี่ 2.1 กิกะเฮิร์ตซ์ในปี 2556

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เดือนใจ จันทรหนองสรวง (2554) ศึกษาเรื่อง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายเอไอเอสในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายเอไอเอส ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 400 คน ด้วยวิธีแจกแบบสอบถาม จากการทดสอบ

สมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน นั้นมี ความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายเอไอเอสแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการมีสัมพันธภาพกับลูกค้า ด้านการบริหารการสื่อสารระหว่างกัน ด้านการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าและด้านการเป็นหุ้นส่วน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ ความจงรักภักดีของลูกค้า ด้านการซื้อซ้ำเป็นปกติ ด้านการซื้อซ้ำสายผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่น และด้านการมีภูมิคุ้มกันในการถูกดึงดูดไปหาคู่แข่ง

ฉิษาปวีณ์ กกกำแหง (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อ ความพึงพอใจของลูกค้าและการเปลี่ยนผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ในภาพรวม ของธุรกิจนั้นคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 มิติที่ได้จากการวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบหลักมีอิทธิพล ทางตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้าในทางบวก ส่วนในด้านอิทธิพลของคุณภาพการบริการแต่ละ มิติที่มีต่อการเปลี่ยนผู้ให้บริการพบว่า มีเพียงอิทธิพลทางอ้อมในทางลบที่ผ่านความพึงพอใจเท่านั้น โดยมีติของคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลรวมต่อความพึงพอใจ และต่อการเปลี่ยนผู้ให้บริการของ ลูกค้าตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยมาตรฐานจากมากไปน้อยคือ มิติความพร้อมที่จะ ตอบสนอง ต่อลูกค้ามีความน่าเชื่อถือ และความต้องการคงเส้นคงวา มิติคุณภาพของเครือข่าย มิติ ความเอาใจ ใส่ดูแล และมีองค์ประกอบที่จับต้องได้

เก็จวลี ศรีจันทร์ (2557) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ ทูรช็อป ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สี่จี แอลทีอี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่ ทำการศึกษากับ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการ ให้บริการมีผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สี่จี แอลทีอี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่ และปัจจัยด้านเพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สี่จี แอล ทีอี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ อาชีพ รายได้ และเหตุผลหลักที่เข้าใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สี่จี แอลที อี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการบริการของเครือข่าย DTAC โดยผู้วิจัยมีขั้นตอนในการวิจัย คือ กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชการระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1-3 และ (ปวส.) ชั้นปีที่ 1-2 ที่ใช้บริการเครือข่าย DTAC เป็นจำนวน 2,824 คน (ข้อมูลจากสำนักทะเบียนแล้ววัดผล ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2562)

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชการระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1-3 และ (ปวส.) ชั้นปีที่ 1-2 ที่ใช้บริการเครือข่าย DTAC เป็นจำนวน 150 คน โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาเพื่อศึกษาความคิดเห็น พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้เครือข่าย DTAC โดยแบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป คือ เพศ อายุ ระดับชั้น สาขาวิชาของนักศึกษา

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการบริการของเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชการ โดยการให้คะแนนระดับความพึงพอใจในแบบสอบถามแต่ละข้อใช้เกณฑ์ดังนี้

- 5 หมายความว่า พึงพอใจมากที่สุด
- 4 หมายความว่า พึงพอใจมาก
- 3 หมายความว่า พึงพอใจปานกลาง
- 2 หมายความว่า พึงพอใจน้อย
- 1 หมายความว่า พึงพอใจน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีในการบริการเครือข่าย DTAC
2. สร้างคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ และคณะกรรมการพิจารณาการสอบโครงการ แล้วนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุง
4. นำแบบสอบถามไปปรับปรุงตามคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ และคณะกรรมการพิจารณาการสอบโครงการ
5. จัดทำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำแบบสอบถามไปแจกในกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการสำรวจความคิดเห็นที่มีในการบริการของเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชกร คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ก่อนแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างทราบถึงจุดประสงค์ของการวิจัยชี้แจงวิธีการตอบแบบสอบถามแก่นักศึกษา
2. ขณะที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามผู้วิจัยเปิดโอกาสให้นักศึกษาสอบถามถึงปัญหาในข้อคำถามได้ตลอดเวลา
3. ตรวจสอบแบบสอบถามว่ามีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์หรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าสถิติ โดยหาค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชกร ว่าจะมีความพึงพอใจอย่างไร ที่เป็นข้อมูลจากคำถามของ Rating Scales หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยมีการแปลผลค่าเฉลี่ยของเกณฑ์ John W. Best คือ

คะแนน 4.50 – 5.00	คือ	พึงพอใจมากที่สุด
คะแนน 3.50 – 4.49	คือ	พึงพอใจมาก
คะแนน 2.50 – 3.49	คือ	พึงพอใจปานกลาง
คะแนน 1.50 – 2.49	คือ	พึงพอใจน้อย
คะแนน 1.00 – 1.49	คือ	พึงพอใจน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การตอบวัตถุประสงค์การวิจัยนั้นผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเกณฑ์สถิติพื้นฐาน ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ค่าร้อยละ โดยใช้สูตร

$$\bar{x} = \frac{f}{n}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน ค่าร้อยละ
	f	แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ
	n	แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยใช้สูตร

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	แทนค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตร

$$s.d = \sqrt{\frac{n\sum fX^2 - (\sum fX)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	f	แทน	ความถี่ของข้อมูลแต่ละชั้น
	X	แทน	คะแนนแต่ละตัว
	n	แทน	จำนวนคะแนนในกลุ่ม
	$\sum$	แทน	ผลรวม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยอรรถวิทย์พัฒนชกร ในการวิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งได้แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คน และในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นในการใช้บริการเครือข่าย DTAC

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	69	46.0
หญิง	81	54.0
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.0 และนักศึกษาเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.0

ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอายุ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
16 ปี หรือน้อยกว่า	46	30.7
16-18 ปี	75	50.0
19-21 ปี	26	17.3
มากกว่า 21 ปีขึ้นไป	3	2.0
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่านักศึกษาที่ อายุ 16-18 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาอายุ 16 ปี หรือน้อยกว่า คิดเป็นร้อยละ 30.7 และข้อที่มีค่าร้อยละน้อยที่สุด คือมากกว่า 21 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการศึกษา

ระดับชั้น	ความถี่	ร้อยละ
ปวช.1	21	14.0
ปวช.2	33	22.0
ปวช.3	59	39.3
ปวส.1	30	20.0
ปวส.2	7	4.7
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่านักศึกษาในระดับชั้น ปวช.3 คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา ปวช.2 คิดเป็นร้อยละ 22.0 และข้อที่มีค่าร้อยละน้อยที่สุด คือ ปวส.2 คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับสาขาวิชา

สาขาวิชา	ความถี่	ร้อยละ
สาขาวิชาการบัญชี	20	13.3
สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ	25	16.7
สาขาวิชาการตลาด	61	40.7
สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์	7	4.7
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	28	18.7
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก	5	3.3
สาขาภาษาต่างประเทศ	4	2.7
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่านักศึกษา สาขาวิชาการตลาด คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 18.7 และสาขาที่มีค่าร้อยละน้อยที่สุด คือ สาขาวิชาภาษาต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นในการใช้บริการเครือข่าย DTAC

ตาราง 5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อใช้บริการ "DTAC" ของนักศึกษาวิทยาลัยอรรถวิทย์พัฒนการ

รายการ	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์ในเครือข่าย								
1.1 คุณภาพสัญญาณระหว่าง สนทนา	101 (66.9%)	40 (26.5%)	7 (4.6%)	3 (2.0%)	-	4.51	0.55	มากที่สุด
1.2 ความครอบคลุมของสัญญาณ	87 (57.6%)	52 (34.4%)	10 (6.6%)	2 (1.3%)	-	4.52	0.63	มากที่สุด
1.3 บริการเสริมนอกเหนือจากการ โทรเช่นSMS,MMS,ดาวโหลด	88 (58.3%)	52 (34.4%)	10 (6.6%)	1 (0.7%)	-	4.54	0.55	มากที่สุด
รวม						4.52	0.43	มากที่สุด
2.ด้านราคาในเครือข่าย								
2.1อัตราค่าบริการ	69 (45.7%)	75 (49.7%)	6 (4.0%)	1 (0.7%)	-	4.40	0.56	มาก
2.2การกำหนดราคาตามช่วงเวลา	75 (49.7%)	68 (45.0%)	7 (4.6%)	1 (0.7%)	-	4.40	0.58	มาก
2.3ความเหมาะสมของราคาเมื่อ เปรียบเทียบกับคู่แข่ง	81 (53.6%)	58 (38.4%)	11 (7.3%)	1 (0.7%)	-	4.51	0.59	มากที่สุด
รวม						4.44	0.43	มาก
3.ด้านการจัดจำหน่ายในเครือข่าย								
3.1จำนวนศูนย์บริการที่ ให้บริการ	82 (54.3%)	60 (39.7%)	9 (6.0%)	-	-	4.47	0.56	มาก
3.2ความทั่วถึงของศูนย์ บริการ	79 (52.3%)	60 (39.7%)	12 (7.9%)	-	-	4.53	0.58	มากที่สุด
3.3การชำระค่าบริการผ่าน ช่องทางอื่นๆ	91 (60.3%)	54 (35.8%)	6 (4.0%)	-	-	4.49	0.59	มาก
3.4จำนวนคู่สายให้บริการของ ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์	87 (57.6%)	56 (37.1%)	8 (5.3%)	-	-	4.49	0.60	มาก
รวม						4.50	0.41	มากที่สุด

รายการ	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD	แปลผล
4.ด้านการส่งเสริมการตลาดในเครือข่าย								
4.1 ความหลากหลายของ โปรโมชั่น เช่นการเพิ่มความเร็ว ของอินเทอร์เน็ตการเพิ่มเวลา โทร เป็นต้น	87 (57.6%)	56 (37.1%)	7 (4.6%)	1 (0.7%)	-	4.47	0.58	มาก
4.2 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (โทรทัศน์,วิทยุ,นิตยสาร ฯลฯ)	86 (57.0%)	54 (35.8%)	11 (7.3%)	-	-	4.49	0.58	มาก
4.3 การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริม การขาย เช่น การจัดบูธตาม สถานที่ต่างๆ	93 (61.6%)	49 (32.5%)	7 (4.6%)	2 (1.3%)	-	4.51	0.60	มากที่สุด
รวม						4.50	0.42	มากที่สุด
5.ด้านพนักงานในเครือข่าย								
5.1 ความรู้ความสามารถในการ ให้บริการของพนักงาน	91 (60.3%)	53 (35.1%)	7 (4.6%)	-	-	4.52	0.59	มากที่สุด
5.2 ความสุภาพของพนักงานใน การให้บริการ	84 (55.6%)	53 (35.1%)	13 (8.6%)	1 (0.7%)	-	4.44	0.63	มาก
5.3 ความมีจิตใจในการ ให้บริการของพนักงาน	92 (60.9%)	49 (32.5%)	8 (5.3%)	2 (1.3%)	-	4.61	0.56	มากที่สุด
รวม						4.52	0.46	มากที่สุด
6.ด้านกระบวนการ								
6.1 ขั้นตอนในการขอบริการ	87 (57.6%)	57 (37.7%)	6 (4.0%)	1 (0.7%)	-	4.57	0.61	มากที่สุด
6.2 ขั้นตอนในการชำระค่าบริการ	77 (51.0%)	65 (43.0%)	8 (5.3%)	1 (0.7%)	-	4.45	0.63	มาก
รวม						4.51	0.52	มากที่สุด

รายการ	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD	แปลผล
7.ด้านสภาพแวดล้อม								
7.1ความสะอาดและแสงสว่างภายในศูนย์ให้บริการ	81 (53.6%)	62 (41.1%)	7 (4.6%)	1 (0.7%)	-	4.51	0.63	มากที่สุด
7.2ความทันสมัยภายในศูนย์ให้บริการ	82 (54.3%)	62 (41.1%)	6 (4.0%)	1 (0.7%)	-	4.44	0.63	มาก
รวม						4.47	0.55	มาก
รวมทุกด้าน						4.49	0.32	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า

1.การวิจัยเรื่องความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์

โดยภาพรวม ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้บริการ "DTAC" ของนักศึกษาในวิทยาลัยอรรณพวิทยพัฒน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.49, SD = 0.32) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ในเครือข่ายและด้านพนักงาน-บุคลากรในเครือข่ายปัจจุบัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.52, SD = 0.46) รองลงมา ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.51, SD = 0.52) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านราคาในเครือข่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.44, SD = 0.43) ตามลำดับ

2.เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.52, SD = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริการเสริมนอกเหนือจากการโทร เช่น SMS, MMS, ดาวโหลด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.54, SD = 0.55) รองลงมา คือ ความครอบคลุมของสัญญาณ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.52, SD = 0.63) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ คุณภาพสัญญาณระหว่างสนทนา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.51, SD = 0.55) ตามลำดับ

2.2 ด้านราคาในเครือข่ายในปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.44, SD = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.51, SD = 0.59) รองลงมา คือ อัตราค่าบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.40, SD = 0.56) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การกำหนดราคาตามช่วงเวลา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.40, SD = 0.58) ตามลำดับ

2.3 ด้านการจัดจำหน่ายในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$, $SD = 0.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ความทั่วถึงของศูนย์บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}= 4.53$, $SD = 0.58$) รองลงมา คือ การชำระค่าบริการผ่านช่องทางอื่นๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.49$, $SD = 0.59$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ จำนวนศูนย์บริการที่ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.47$, $SD = 0.56$) ตามลำดับ

2.4 ด้านส่งเสริมการตลาดในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}= 4.50$, $SD = 0.42$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูธตามสถานที่ต่างๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}= 4.51$, $SD = 0.60$) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (โทรทัศน์,วิทยุ,นิตยสาร ฯลฯ) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.49$, $SD = 0.58$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความหลากหลายของโปรโมชั่น เช่นการเพิ่มความเร็วของอินเทอร์เน็ต การเพิ่มเวลาโทร เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.47$, $SD = 0.56$) ตามลำดับ

2.5 ด้านพนักงาน-บุคลากรในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}= 4.52$, $SD = 0.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ความมีจิตใจในการให้บริการของพนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}= 4.61$, $SD = 0.56$) รองลงมา คือ ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}= 4.52$, $SD = 0.59$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความสุภาพของพนักงานในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.44$, $SD = 0.63$) ตามลำดับ

2.6 ด้านกระบวนการในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}= 4.51$, $SD = 0.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ขั้นตอนในการขอใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.57$, $SD = 0.61$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ขั้นตอนในการชำระค่าบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.45$, $SD = 0.63$) ตามลำดับ

2.7 ด้านสภาพแวดล้อมในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.47$, $SD = 0.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ความสะอาดและแสงสว่างภายในศูนย์ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}= 4.51$, $SD = 0.63$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความทันสมัยภายในศูนย์ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.44$, $SD = 0.63$) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของ นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของ นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ การใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัย เทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ จำนวน 150 คน

สรุปผล

1. การวิจัยเรื่องความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

โดยภาพรวม ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้บริการ "DTAC" ของนักศึกษาในวิทยาลัยอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ในเครือข่ายและด้านพนักงาน-บุคลากรในเครือข่ายปัจจุบัน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านราคาในเครือข่าย อยู่ในระดับมากตามลำดับ

2. เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริการเสริมนอกเหนือจากการโทร เช่น SMS, MMS, ดาวน์โหลด อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความครอบคลุมของสัญญาณ อยู่ในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ คุณภาพสัญญาณระหว่างสนทนา อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

2.2 ด้านราคาในเครือข่ายในปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ อัตราค่าบริการ อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การกำหนดราคาตามช่วงเวลา อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.3 ด้านการจัดจำหน่ายในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความทั่วถึงของศูนย์บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด

รองลงมา คือ การชำระค่าบริการผ่านช่องทางอื่นๆ อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ จำนวนศูนย์บริการที่ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.4 ด้านส่งเสริมการตลาดในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูธตามสถานที่ต่างๆ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (โทรทัศน์, วิทยุ, นิตยสาร ฯลฯ) อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความหลากหลายของโปรโมชั่น เช่นการเพิ่มความเร็วของอินเทอร์เน็ตการเพิ่มเวลาโทร เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.5 ด้านพนักงาน-บุคลากรในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ความมีจิตใจในการให้บริการของพนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความสุภาพของพนักงานในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.6 ด้านกระบวนการในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ขั้นตอนในการขอใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ขั้นตอนในการชำระค่าบริการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.7 ด้านสภาพแวดล้อมในเครือข่ายปัจจุบันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดและแสงสว่างภายในศูนย์ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความทันสมัยภายในศูนย์ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้พบประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้ในการศึกษาข้อมูลทางการวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อเครือข่าย DTAC จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เตือนใจ จันทรหนองสรวง (2554) ศึกษาเรื่อง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายเอไอเอสในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับงานวิจัยลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ควรมีการจัดโปรโมชั่นและกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเกิดความสนใจในสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ ซึ่งโปรโมชันนั้นควรที่จะตอบสนองต่อความต้องการในทุกกลุ่มลูกค้า ทุกเพศทุกวัย และประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้ทุกกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการของผู้ประกอบการ DTAC

ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.ควรมีการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและเขตอื่นๆ เพื่อให้ทราบความพึงพอใจ
- 2.ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- เก็จวดี ศรีจันทร์. (2557). คุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ ทูรช็อป ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการ ลีจี แอลทีอี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่ ค้นหาข้อมูลวันที่ 25
กรกฎาคม 2562, จาก
<http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/2554/146596.pdf?sequence=1>
- เดือนใจ จันทร์หนองสรวง. (2554). การศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีผลต่อความจงรักภักดีของ
ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายเอไอเอส ในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นหาข้อมูลวันที่ 25
กรกฎาคม 2562, การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ค้นหาข้อมูล 23 เม.ย 2561, จาก<https://www.dtac.co.th/about/history.html>
- ณิชาวีณ์ กกคำแหง. (2556). อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และการ
เปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่. ค้นหาข้อมูลวันที่ 23 กรกฎาคม 2562,
จาก<http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/43445>
- บริษัท โทเทิลแอ็คเซ็สคอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน). (2560). ประวัติความเป็นมา. ค้นหา
ข้อมูลวันที่ 26 กรกฎาคม 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki>
- สมรรถชัย คันธมาทน์. (2556). ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีผลต่อการเรียนการสอนตามหลักสูตรของ
สถาบันการพลศึกษาในเขตภาคใต้ ปีการศึกษา 2555 ค้นหาข้อมูลวันที่ 27 กรกฎาคม 2562,
จาก http://ir.swu.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/4285/Samatchai_K.pdf?sequence=1
- อัมพาพร นพรัตน์. (2557). ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรสถาบัน
การพลศึกษา วิทยาเขตยะลา ปีการศึกษา 2556 ค้นหาข้อมูลวันที่ 28 กรกฎาคม 2562,
จาก <http://graduate.hu.ac.th/thesis/2557/med.ci/Umpaporn.pdf>



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ

สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการ
เครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
(The opinion of marketing ingredients of DTAC service of the
student's Attawit Commercial Technology)

ระยะเวลาการดำเนินงาน

มิถุนายน 2562 – กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่การดำเนินงาน

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

ประมาณการค่าใช้จ่าย

รวม 2,000 บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | | | |
|-----------------|----------|--------------|-------|---------|
| 1. นายเฟื่องฟู | ปุยงาม | รหัสประจำตัว | 40791 | ปวช.3/4 |
| 2. นายบุญญฤทธิ์ | ชนะวงศ์ | รหัสประจำตัว | 40708 | ปวช.3/4 |
| 3. นายนิวัฒน์ | อุไรวรรณ | รหัสประจำตัว | 39693 | ปวช.3/4 |

ลงชื่อประธานโครงการ

(นายเฟื่องฟู ปุยงาม)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

.....
.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....
.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กนกชาติ เมธาโชติมณีกุล)...../...../.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ภัสสฐ์ ภาคีนาย)...../...../.....

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../.....

ชื่อโครงการ	ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการ เครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ	(The opinion of marketing ingredients of DTAC service of the student's Attawit Commercial Technology)

ข้อโครงการภาษาอังกฤษ (The opinion of marketing ingredients of DTAC service of the student's Attawit Commercial Technology)

แผนงาน นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่มวิจัย

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์กัณฑ์ชาติ เมธาโชติมณีกุล

อาจารย์ที่ปรึกษา
อาจารย์กฤษณ์ ภาคินาย

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | |
|-----------------|----------|------------------|
| 1. นายเฟื่องฟู | ป๋วยงาม | ประธานโครงการ |
| 2. นายบุญญฤทธิ์ | ชนะวงศ์ | รองประธานโครงการ |
| 3. นายนิวัฒน์ | อุไรวรรณ | |

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีอิทธิพลต่อประชากรทั่วโลก และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนให้อินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพ จึงทำให้มีตัวเลือกใช้เครือข่ายแต่ละค่ายแตกต่างกันออกไป ทำให้บริษัทเครือข่ายหลายๆที่ ได้จัดโปรโมชั่นกันในการแข่งขันกันในแต่ละเครือข่ายเพื่อให้ประชากรเลือกใช้เครือข่ายที่ดีที่สุดและเครือข่ายที่มีความเหมาะสมต่อการใช้งานและยุคสมัยในปัจจุบัน

แต่ละเครือข่ายมีการแข่งขันกันมาตลอดเพื่อดึงดูดความสนใจลูกค้า โดยการจัดโปรโมชั่น และ โปรโมทเครือข่ายอินเทอร์เน็ต DTAC ให้มีความแรงตามความพึงพอใจของลูกค้า และจัดของแถม มากมายเพื่อสร้างความสนใจให้คนเปลี่ยนมาใช้เครือข่าย DTAC มากขึ้น

ด้วยเหตุนี้คณะผู้จัดทำจึงมีแนวคิดที่จะหาข้อมูลและทำการสำรวจความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์ในการเลือกใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต DTAC พร้อมสาเหตุที่กลุ่มนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์เลือกใช้เพราะมีความน่าสนใจ ความแปลกใหม่และน่าทดลองใช้อย่างไร เพื่อที่จะได้ทราบถึงความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อเครือข่าย DTAC โดยเลือกนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพและระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(รอบเช้า) วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อที่จะศึกษาความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
4. เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

เป้าหมาย

1. บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. ได้รู้ถึงความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
3. นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
4. สร้างแนวทางในการเลือกใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดหัวข้อที่ต้องการวิจัย
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน จัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและปฏิบัติงาน
5. จัดเตรียมสถานที่และเอกสารปฏิบัติ

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. สัปดาห์ที่ 1 ส่งยื่นคำขออนุมัติโครงการ
2. สัปดาห์ที่ 2 หาข้อมูลเพื่อจัดเตรียมทำบทที่ 1-3
3. สัปดาห์ที่ 3 รวบรวมข้อมูลที่ได้เสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. สัปดาห์ที่ 4 ปรับแก้ไขงานและข้อมูลต่างๆ ให้ถูกต้อง
5. สัปดาห์ที่ 5 เขียนเค้าโครงแผน โครงการวิจัยบทที่ 1-3 เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง
6. สัปดาห์ที่ 6 ประชุมการวางแผนการดำเนินงาน และงบประมาณเอกสารแบบสอบถาม
7. สัปดาห์ที่ 7 จัดทำเอกสารแบบสอบถามงานวิจัยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ
8. สัปดาห์ที่ 8 เมื่อเอกสารแบบสอบถามอนุมัติแล้วเตรียมแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง
9. สัปดาห์ที่ 9 แจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง
10. สัปดาห์ที่ 10 รวบรวมแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม
11. สัปดาห์ที่ 11 นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการตามรายงานและปรับแก้ไข
12. สัปดาห์ที่ 12 สรุปผลการวิจัย และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
13. สัปดาห์ที่ 13 ตรวจสอบข้อมูลการวิจัย จัดทำรูปเล่ม รูปแบบให้ถูกต้องสมบูรณ์

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการสำรวจ
2. ส่งรายงานการสรุปผลการสำรวจ

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1.คิดหัวข้อที่จะทำการวิจัย	↔								
2.ประชุมวางแผนงานวางรูปแบบงานและจัดสรรงบประมาณ	↔								
3.ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
4.แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ		↔							
5.เตรียมสถานที่และเอกสารในการปฏิบัติงาน			↔						
6.ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้			↔						
7.สรุปผลการปฏิบัติงานวิจัย								↔	
8.ส่งรายงานทำรูปเล่มการดำเนินงานวิจัย									↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ เดือนมิถุนายน 2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน คนละ 1,000 บาท เป็นเงิน 3,000 บาท

1. ค่ากระดาษ	500	บาท
2. ค่าหมึกปริ้นเตอร์	1000	บาท
3. ค่าปากกา	250	บาท
4. ค่าเบ็ดเตล็ด	250	บาท
รวม	2,000	บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ
3. เกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม

ปัญหาและอุปสรรค

1. สมาชิกในกลุ่มขาดประสบการณ์ในการทำวิจัย
2. ผู้ตอบแบบสอบถามไม่สามารถให้ความร่วมมือได้
3. อาจเกิดความผิดพลาดด้านการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะ

1. ควรหาผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำปรึกษา
2. ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม
3. การแปรผลข้อมูลจากแบบสอบถามที่ควรได้รับการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญหรืออาจารย์ที่ศูนย์วิจัยและพัฒนา

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กนกชาติ เมธาโชติมณีกุล)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ภัสสรัฐ ภาศิฉาย)

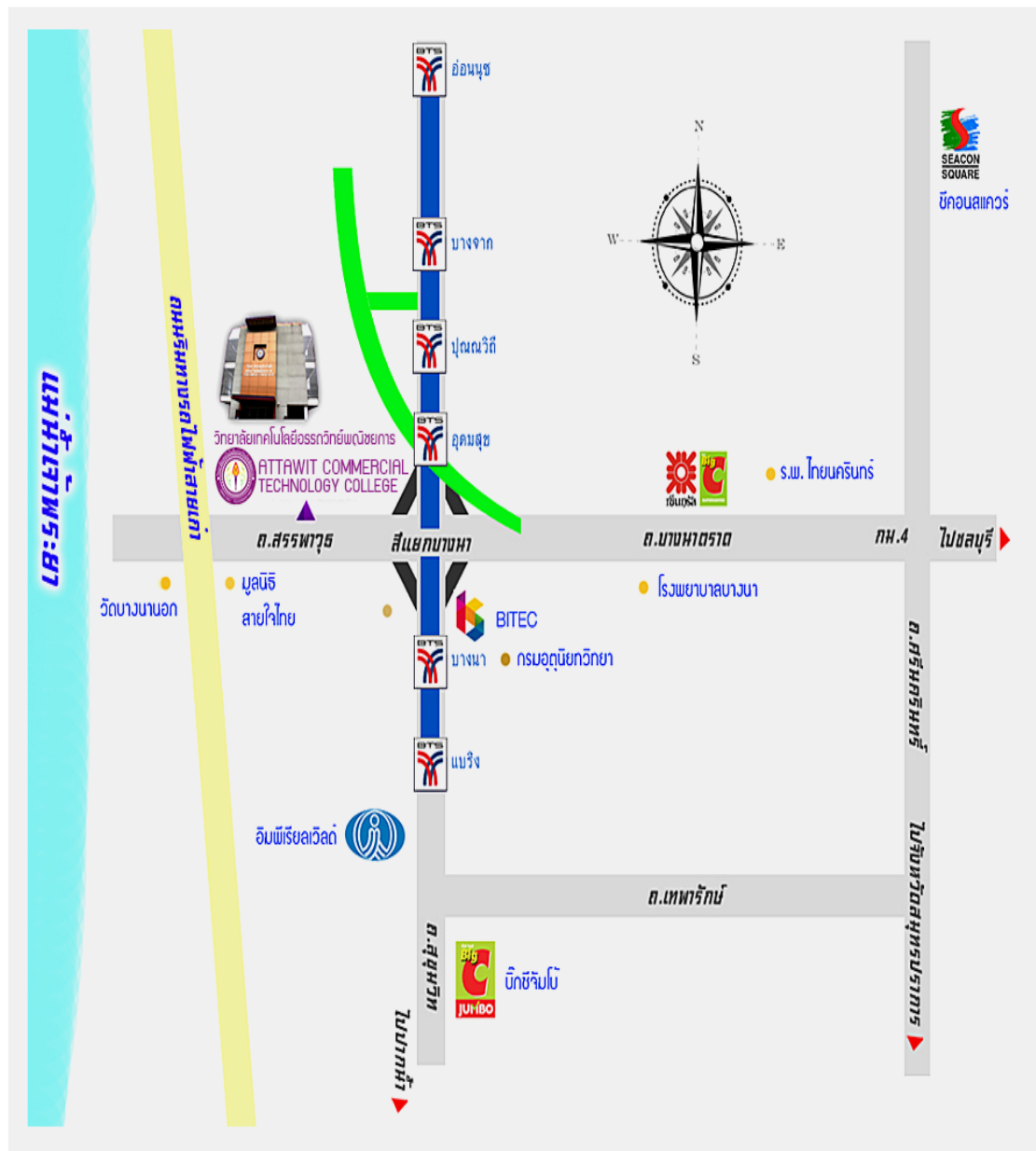
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



ระดับ ปวช. ปีการศึกษา 2562

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการ

เครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

ที่ปรึกษาโครงการ

อาจารย์กัณตชาติ เมธาโชติมณีกุล

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

อาจารย์ภัสสรัญ ภาภินาย

ลำดับที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
1	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	24-28 มิ.ย.62		
2	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 1	1-12 ก.ค. 62		
3	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 2	15-31 ก.ค.62		
4	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 3	1-16 ส.ค. 62		
5	ส่ง PowerPoint (โครงการ+ แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	2-6 ก.ย. 62		
6	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present งาน	19 ก.ย. 62		
7	Present โครงการ ครั้งที่ 1	21 ก.ย. 62		
8	ปฏิบัติการภาคสนามและอื่น ๆ (ระยะเวลาประมาณ 3 เดือน)	1-31 ก.ย. 62		
9	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present งาน	16 พ.ย. 62		
10	Present โครงการ ครั้งที่ 2	24 พ.ย. 62		
11	งานนิทรรศการ AT.C.นิทรรศน์	14 ธ.ค.62		
12	กำหนดส่ง บทที่ 4-5	14 -21ม.ค. 62		
13	ตรวจรูปเล่มโครงการ	22 ก.พ. 62		
14	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	22 ก.พ. 62		

ภาคผนวก ก

ใบอนุญาตโครงการ

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ

สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการ
เครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

(The opinion of marketing ingredients of DTAC service of the
student's Attawit Commercial Technology)

ระยะเวลาการดำเนินงาน

มิถุนายน 2562 – กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่การดำเนินงาน

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

ประมาณการค่าใช้จ่าย

รวม 2,000 บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | | | |
|-----------------|----------|--------------|-------|---------|
| 1. นายเฟื่องฟู | ปุยงาม | รหัสประจำตัว | 40791 | ปวช.3/4 |
| 2. นายบุญญฤทธิ์ | ชนะวงศ์ | รหัสประจำตัว | 40708 | ปวช.3/4 |
| 3. นายนิวัฒน์ | อุไรวรรณ | รหัสประจำตัว | 39693 | ปวช.3/4 |

ลงชื่อประธานโครงการ

(นายเฟื่องฟู ปุยงาม)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....
.....

.....
.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กนกชาติ เมธาโชติมณีกุล)...../...../..... (อาจารย์ภัสสร ภาทิมา)...../...../.....

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../.....

ชื่อโครงการ	ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ	
ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ	(The opinion of marketing ingredients of DTAC service of the student's Attawit Commercial Technology)	
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่มวิจัย	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์กนกชาติ เมธาโชติมณีกุล	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ภัตติฐ ภาคินาย	
ผู้รับผิดชอบโครงการ	1. นายเฟื่องฟู ปุยงาม ประธานโครงการ 2. นายบุญญฤทธิ์ ชนะวงศ์ รองประธานโครงการ 3. นายนิวัฒน์ อุไรวรรณ	

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีอิทธิพลต่อประชากรทั่วโลก และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนให้อินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพ จึงทำให้มีตัวเลือกใช้เครือข่ายแต่ละค่ายแตกต่างกันออกไป ทำให้บริษัทเครือข่ายหลายๆที่ได้จัดโปรโมชั่นกันในการแข่งขันกันในแต่ละเครือข่ายเพื่อให้ประชากรเลือกใช้เครือข่ายที่ดีที่สุดและเครือข่ายที่มีความเหมาะสมต่อการใช้งานและยุคสมัยในปัจจุบัน

แต่ละเครือข่ายมีการแข่งขันกันมาตลอดเพื่อดึงดูดความสนใจลูกค้า โดยการจัดโปรโมชั่นและโปรโมชั่นเครือข่ายอินเทอร์เน็ต DTAC ให้มีความแรงตามความพึงพอใจของลูกค้า และจัดของแถมมากมายเพื่อสร้างความสนใจให้คนเปลี่ยนมาใช้เครือข่าย DTAC มากขึ้น

ด้วยเหตุนี้คณะผู้จัดทำจึงมีแนวคิดที่จะหาข้อมูลและทำการสำรวจความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการในการเลือกใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต DTAC พร้อมสาเหตุที่กลุ่มนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการเลือกใช้เพราะมีความน่าสนใจ ความแปลกใหม่และน่าทดลองใช้อย่างไร เพื่อที่จะได้ทราบถึงความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อเครือข่าย DTAC โดยเลือกนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพและระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (รอบเช้า) วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อที่จะศึกษาความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
4. เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

เป้าหมาย

1. บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. ได้รู้ถึงความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ
3. นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
4. สร้างแนวทางในการเลือกใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดหัวข้อที่ต้องการวิจัย
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน จัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและปฏิบัติงาน
5. จัดเตรียมสถานที่และเอกสารปฏิบัติ

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. สัปดาห์ที่ 1 ส่งยื่นคำขออนุมัติโครงการ
2. สัปดาห์ที่ 2 หาข้อมูลเพื่อจัดเตรียมทำบทที่ 1-3
3. สัปดาห์ที่ 3 รวบรวมข้อมูลที่ได้เสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. สัปดาห์ที่ 4 ปรับแก้ไขงานและข้อมูลต่างๆ ให้ถูกต้อง
5. สัปดาห์ที่ 5 เขียนเค้าโครงแผน โครงการวิจัยบทที่ 1-3 เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง
6. สัปดาห์ที่ 6 ประชุมการวางแผนการดำเนินงาน และงบประมาณเอกสารแบบสอบถาม
7. สัปดาห์ที่ 7 จัดทำเอกสารแบบสอบถามงานวิจัยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ
8. สัปดาห์ที่ 8 เมื่อเอกสารแบบสอบถามอนุมัติแล้วเตรียมแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง
9. สัปดาห์ที่ 9 แจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง
10. สัปดาห์ที่ 10 รวบรวมแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม
11. สัปดาห์ที่ 11 นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการตามรายงานและปรับแก้ไข
12. สัปดาห์ที่ 12 สรุปผลการวิจัย และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
13. สัปดาห์ที่ 13 ตรวจสอบข้อมูลการวิจัย จัดทำรูปเล่ม รูปแบบให้ถูกต้องสมบูรณ์

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการสำรวจ
2. ส่งรายงานการสรุปผลการสำรวจ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1.คิดหัวข้อที่จะทำการวิจัย	↔								
2.ประชุมวางแผนงานวางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ	↔								
3.ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษา โครงการ	↔								
4.แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ		↔							
5.เตรียมสถานที่และเอกสารในการ ปฏิบัติงาน			↔						
6.ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและ ขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้			↔						
7.สรุปผลการปฏิบัติงานวิจัย								↔	
8.ส่งรายงานทำรูปเล่มการดำเนินงาน วิจัย									↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ เดือนมิถุนายน 2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน คนละ 1,000 บาท เป็นเงิน 3,000 บาท

1. ค่ากระดาษ	500	บาท
2. ค่าหมึกปริ้นเตอร์	1000	บาท
3. ค่าปากกา	250	บาท
4. ค่าเบ็ดเตล็ด	250	บาท
รวม	2,000	บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชการ
3. เกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม

ปัญหาและอุปสรรค

1. สมาชิกในกลุ่มขาดประสบการณ์ในการทำวิจัย
2. ผู้ตอบแบบสอบถามไม่สามารถให้ความร่วมมือได้
3. อาจเกิดความผิดพลาดด้านการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะ

1. ควรหาผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำปรึกษา
2. ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม
3. การแปรผลข้อมูลจากแบบสอบถามที่ควรได้รับการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญหรืออาจารย์ที่ศูนย์วิจัยและพัฒนา

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กนกชาติ เมธาโชติมณีกุล)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ภัสรัฐ ภาศิณาย)

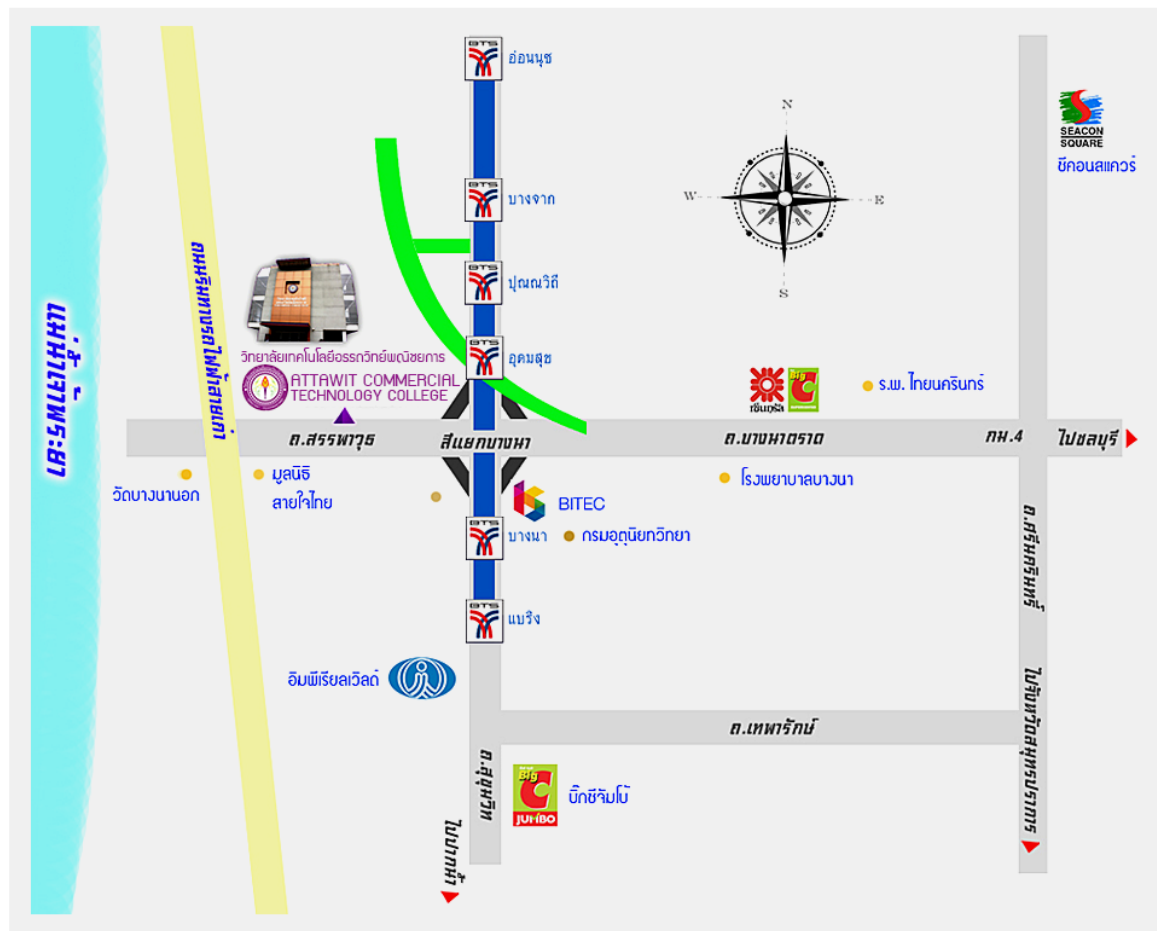
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

แผนที่ตัว LOCATION



ภาคผนวก ข
ตัวอย่างแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง : ความคิดเห็นต่อส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการใช้บริการเครือข่าย "DTAC" ของนักศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พาณิชยการ

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ 16 ปี หรือ ต่ำกว่า ☐ 16 – 18 ปี ☐ 19 – 21 ปี
☐ มากกว่า 21 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ ปวช.1 ☐ ปวส.1
☐ ปวช.2 ☐ ปวส.2
☐ ปวช.3

4. สาขาวิชา

☐ สาขาวิชาการบัญชี ☐ สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
☐ สาขาวิชาการตลาด ☐ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
☐ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ☐ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก
☐ สาขาภาษาต่างประเทศ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการให้บริการเครือข่าย "DTAC"
ของนักศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพาณิชยการ

ระดับความคิดเห็น					
ข้อความพิจารณา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์ในเครือข่ายปัจจุบัน					
(1) คุณภาพสัญญาณระหว่างสนทนา					
(2) ความครอบคลุมของสัญญาณ					
(3) บริการเสริมนอกเหนือจากการโทร เช่น SMS, MMS, คาวน์โหลด					
ด้านราคาในเครือข่ายปัจจุบัน					
(1) อัตราค่าบริการ					
(2) การกำหนดราคาตามช่วงเวลา					
(3) ความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					
ด้านการจัดจำหน่ายในเครือข่ายปัจจุบัน					
(1) จำนวนศูนย์บริการที่ให้บริการ					
(2) ความทั่วถึงของศูนย์บริการ					
(3) การชำระค่าบริการผ่านช่องทางอื่น ๆ					
(4) จำนวนคู่สายการให้บริการของศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์					
ด้านการส่งเสริมการตลาดในเครือข่ายปัจจุบัน					
(1) ความหลากหลายของโปรโมชั่น เช่น การเพิ่มความเร็วของอินเทอร์เน็ต การเพิ่มเวลาโทร เป็นต้น					
(2) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (โทรทัศน์ วิทยุ, นิตยสาร ฯลฯ) ☐					
(3) การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูธตามสถานที่ต่าง ๆ					
ด้านพนักงาน - บุคลากรในเครือข่ายปัจจุบัน					
(1) ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน					
(2) ความสุภาพของพนักงานในการให้บริการ					
(3) ความมีจิตใจในการให้บริการของพนักงาน					

ระดับความคิดเห็น					
ข้อความพิจารณา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านกระบวนการ					
(1) ขั้นตอนในการขอบริการ					
(2) ขั้นตอนในการชำระค่าบริการ					
ด้านสภาพแวดล้อมในเครือข่ายปัจจุบัน					
(1) ความสะอาด และแสงสว่างภายในศูนย์ให้บริการ					
(2) ความทันสมัยภายในศูนย์บริการให้บริการ					

บทที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

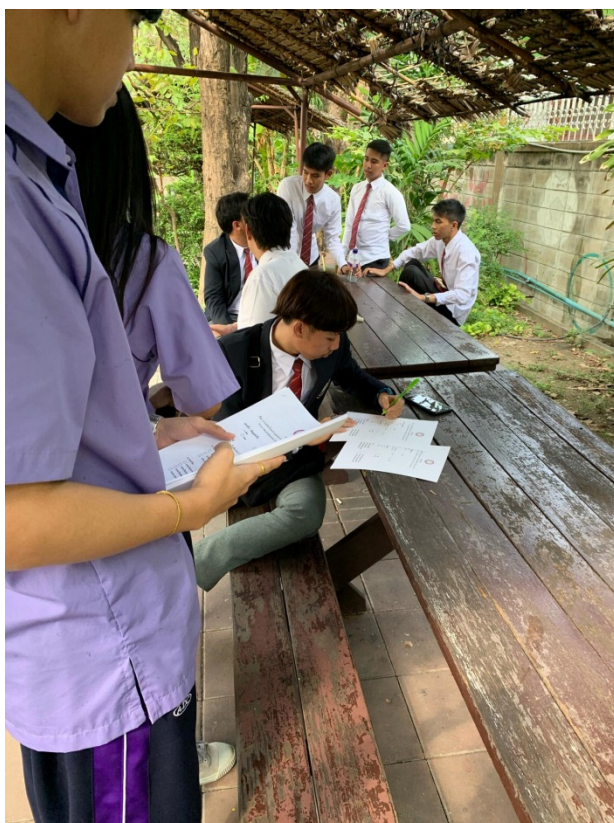
.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาเสียสละเวลาในการทำแบบสอบถามครับ

ภาคผนวก ค

- ประมวลภาพการดำเนินโครงการ
- รูปขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ
- รายงานปฏิบัติงานรายบุคคล
- บัญชีรายรับ – รายจ่าย







รายงานปฏิบัติการรายงานบุคคล

นายเฟื่องฟู ปุຍงาม		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
4 มิ.ย. 62	ประชุมหาหัวข้อการวิจัย	
13 มิ.ย. 62	แบ่งหน้าที่รับผิดชอบในการหาข้อมูล	
18 มิ.ย. 62	ร่างโครงการวิจัยเสนออาจารย์ที่ปรึกษา	
20 มิ.ย. 62	ทำใบอนุญาตโครงการ	
25 มิ.ย. 62	ส่งใบอนุญาตโครงการ	
27 มิ.ย. 62	ทำบทที่ 1	
3 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
6 ก.ค. 62	แก้บทที่ 1	
11 ก.ค. 62	พบอาจารย์ที่ปรึกษา / ส่งงานให้อาจารย์ตรวจ	
12 ก.ค. 62	ทำแบบสอบถาม	
16 ก.ค. 62	ส่งแบบสอบถาม	
20 ก.ค. 62	แก้แบบสอบถาม	
27 ก.ค. 62	พบอาจารย์ที่ปรึกษา / ส่งงานให้อาจารย์ตรวจ	
3 ก.ย. 62	ส่งงานบทที่ 1-3 และแบบสอบถาม	
10 ก.ย. 62	ทำ PowerPoint บทที่ 1-3	
13 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint บทที่ 1-3	
14 ก.ย. 62	พบอาจารย์ที่ปรึกษา / ส่งงานให้อาจารย์ตรวจ	
15 ก.ย. 62	Present โครงการครั้งที่ 1	
20 ก.ย. 62	แจกแบบสอบถาม	
8 ต.ค. 62	ทำบทที่ 4-5 ทำบรรณานุกรม และภาคผนวกต่าง ๆ ทำกิตติกรรมประกาศ และบทคัดย่อ	
19 ต.ค. 62	ส่งบทที่ 4-5 ส่งบรรณานุกรม และภาคผนวกต่าง ๆ ส่งกิตติกรรมประกาศ และบทคัดย่อ	

รายงานปฏิบัติการรายงานบุคคล

นายบุญญฤทธิ์ ชนะวงศ์		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
4 มิ.ย. 62	ประชุมหาหัวข้อการวิจัย	
13 มิ.ย. 62	แบ่งหน้าที่รับผิดชอบในการหาข้อมูล	
18 มิ.ย. 62	ร่างโครงการวิจัยเสนออาจารย์ที่ปรึกษา	
20 มิ.ย. 62	ทำใบอนุญาตโครงการ	
25 มิ.ย. 62	ส่งใบอนุญาตโครงการ	
27 มิ.ย. 62	ทำบทที่ 1	
3 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
6 ก.ค. 62	แก้บทที่ 1	
11 ก.ค. 62	พบอาจารย์ที่ปรึกษา / ส่งงานให้อาจารย์ตรวจ	
12 ก.ค. 62	ทำแบบสอบถาม	
16 ก.ค. 62	ส่งแบบสอบถาม	
20 ก.ค. 62	แก้แบบสอบถาม	
27 ก.ค. 62	พบอาจารย์ที่ปรึกษา / ส่งงานให้อาจารย์ตรวจ	
3 ก.ย. 62	ส่งงานบทที่ 1-3 และแบบสอบถาม	
10 ก.ย. 62	ทำ PowerPoint บทที่ 1-3	
13 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint บทที่ 1-3	
14 ก.ย. 62	พบอาจารย์ที่ปรึกษา / ส่งงานให้อาจารย์ตรวจ	
15 ก.ย. 62	Present โครงการครั้งที่ 1	
20 ก.ย. 62	แจกแบบสอบถาม	
8 ต.ค. 62	ทำบทที่ 4-5 ทำบรรณานุกรม และภาคผนวกต่าง ๆ ทำกิตติกรรมประกาศ และบทคัดย่อ	
19 ต.ค. 62	ส่งบทที่ 4-5 ส่งบรรณานุกรม และภาคผนวกต่าง ๆ ส่งกิตติกรรมประกาศ และบทคัดย่อ	

รายงานปฏิบัติการรายงานบุคคล

นายนิวัฒน์ อุไรวรรณ		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
4 มิ.ย. 62	ประชุมหาหัวข้อการวิจัย	
13 มิ.ย. 62	แบ่งหน้าที่รับผิดชอบในการหาข้อมูล	
18 มิ.ย. 62	ร่างโครงการวิจัยเสนออาจารย์ที่ปรึกษา	
20 มิ.ย. 62	ทำใบอนุญาตโครงการ	
25 มิ.ย. 62	ส่งใบอนุญาตโครงการ	
27 มิ.ย. 62	ทำบทที่ 1	
3 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
6 ก.ค. 62	แก้บทที่ 1	
11 ก.ค. 62	พบอาจารย์ที่ปรึกษา / ส่งงานให้อาจารย์ตรวจ	
12 ก.ค. 62	ทำแบบสอบถาม	
16 ก.ค. 62	ส่งแบบสอบถาม	
20 ก.ค. 62	แก้แบบสอบถาม	
27 ก.ค. 62	พบอาจารย์ที่ปรึกษา / ส่งงานให้อาจารย์ตรวจ	
3 ก.ย. 62	ส่งงานบทที่ 1-3 และแบบสอบถาม	
10 ก.ย. 62	ทำ PowerPoint บทที่ 1-3	
13 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint บทที่ 1-3	
14 ก.ย. 62	พบอาจารย์ที่ปรึกษา / ส่งงานให้อาจารย์ตรวจ	
15 ก.ย. 62	Present โครงการครั้งที่ 1	
20 ก.ย. 62	แจกแบบสอบถาม	
8 ต.ค. 62	ทำบทที่ 4-5 ทำบรรณานุกรม และภาคผนวกต่าง ๆ ทำกิตติกรรมประกาศ และบทคัดย่อ	
19 ต.ค. 62	ส่งบทที่ 4-5 ส่งบรรณานุกรม และภาคผนวกต่าง ๆ ส่งกิตติกรรมประกาศ และบทคัดย่อ	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

ความคิดเห็นต่อส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการให้บริการเครือข่าย DTAC ของนักศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพาณิชยการ

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
10 ก.ค. 62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	3 คน	1,000	3,000						3,000.00
	ค่ากระดาษ				2 รีม	200	400			2,600.00
17 ก.ย. 62	ค่าแบบสอบถาม				150 ชุด	1	150			2,450.00
18 ก.พ 63	ค่าเช่าเล่ม				1 ชุด	-	200			2,250.00
	ค่าแผ่น CD พร้อมปก				1 ชุด	-	100			2,150.00
	ค่าปริ้นเอกสารงาน				1 ชุด	-	500			1,650.00
รวม				3,000			1,650			1,650.00

ภาคผนวก ง
ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



ชื่อ	:	นายเฟื่องฟู ปุยงาม
เกิดเมื่อวันที่	:	วันพฤหัสบดีที่ 18 เมษายน พ.ศ. 2544
ประวัติการศึกษา	:	สำเร็จการศึกษา ชั้นมัธยมศึกษาต้น โรงเรียนแสงหิรัญ และกำลังศึกษาหลักสูตรอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ปีการศึกษา 2561
ที่อยู่	:	817 อ่อนนุช 17 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
เบอร์โทรศัพท์	:	095-445-3703



ชื่อ : นายบุญญฤทธิ์ ชนะวงศ์
 เกิดเมื่อวันที่ : วันพฤหัสบดีที่ 7 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545
 ประวัติการศึกษา : สำเร็จการศึกษา ชั้นมัธยมศึกษาต้น จากโรงเรียนพระแม่มาลีพระ
 โขนงและกำลังศึกษาหลักสูตรอยู่ในระดับประกาศนียบัตร
 วิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
 ปีการศึกษา 2562
 ที่อยู่ : 49/5 สุขุมวิท 48 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร
 เบอร์โทรศัพท์ : 061-752-8130



ชื่อ : นายนิวัฒน์ อุไรวรรณ
 เกิดเมื่อวันที่ : วันอาทิตย์ที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543
 ประวัติการศึกษา : สำเร็จการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนอนุบาลบ้านหนอง
 คล้ายและกำลังศึกษาหลักสูตรอยู่ในระดับประกาศนียบัตร
 วิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
 ปีการศึกษา 2562
 ที่อยู่ : 282/55 หมู่ 10 ต.บางปลา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ
 เบอร์โทรศัพท์ : 091-725-4653