

ชื่อเรื่อง องค์ประกอบทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

ผู้วิจัย นายอภิชาติ บุญแนน **ปริญญา** บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)

กรรมการที่ปรึกษา รศ. สุรพล เสาร์ม ประธานกรรมการ
ผศ.ดร. กฤตพา แสนชัยธร กรรมการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2552

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะต่อการให้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ในช่วงเดือน พฤษภาคม ปี พ.ศ. 2551 จำนวน 339 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยแบบสอบถามสภาพทั่วไป แบบสอบถามเกี่ยวกับต้นทุนการใช้สินค้าร่วมกัน ต้นทุนการทำธุรกรรม ต้นทุนการค้นหา ต้นทุนการเรียนรู้ ต้นทุนการทำสัญญา ต้นทุนความไม่แน่นอน กิจกรรมรักษาลูกค้า ผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และแบบสอบถามความภักดีในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยทำการ วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์หลายตัวแปร (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า

1. องค์ประกอบทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ มี 9 องค์ประกอบ คือ ต้นทุนที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสินค้า การให้บริการที่ดี การประชาสัมพันธ์ เวลาและสถานที่ ข้อมูลข่าวสาร ต้นทุนการใช้สินค้าร่วมกัน ต้นทุนการค้นหา ต้นทุนการทำสัญญา และค่าใช้จ่าย

2. ต้นทุนที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสินค้ามีความสัมพันธ์ต่อความภักดีในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ถ้าต้องการเพิ่มความภักดีในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ซึ่งได้รับความสัมพันธ์มาจากต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้า ดังนั้นต้องเพิ่มการจัดการต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้า โดยพิจารณาจากตัวแปรที่มีผลต่อต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้าด้วย นั่นคือ ส่วนผสมทางการตลาด และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่ง โมเดลใหม่ที่ได้คือ โมเดลความภักดีต่อการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

3. ผู้ใช้บริการได้เสนอแนะต่อการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เรียงลำดับตามความถี่จากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ ควรเพิ่มความเร็วของสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น ควรมีบริการซ่อมบำรุงกรณีสัญญาณอินเทอร์เน็ตมีปัญหาที่รวดเร็วยิ่งขึ้น และควรมีระบบบริการให้ความช่วยเหลือทางโทรศัพท์ตลอด 24 ชั่วโมง

Title : The Marketing Components Which Related to the Royalty of ADSL's User
Provided by TOT Public Company Limited at Amphur Muang, Kalasin
Province

Author : Mr. Apichat Boonnan **Degree** : M.B.A.

Advisors : Assoc. Prof. Surapol Saorom Chairman
Asst. Prof. Dr. Krittapha Seanchaiyaton Committee

Rajabhat Maha Sarakham University 2009

Abstract

Amphur Muang, Kalasin province, and to provide the suggestions for TOT Public Company Limited at Amphur Muang, Kalasin province as a ADSL service supporter. The sample of this research was 339 customers, which are the users who engaged with ADSL in Amphur Muang area, Kalasin province during 1st to 31st May 2008.

The instruments used in collecting data are questionnaires. The question consisted of, share product costs, business costs, finding costs, learning costs, contracting costs, flexible costs, activities for promotions by products or prices, selling channels, marketing promotions, and questions related to consumer's royalty for ADSL through Pearson's coefficient analysis and multiple regression.

The research results found that

1.) There are 9 marketing components, which implicated to the royalty of ADSL's user provided by TOT Public Company Limited at Amphur Muang, Kalasin province, are as follows, product changing costs, good services, public relations, place and timing, information, share product costs, finding costs, contracting costs and expenses, which are in high levels.

2.) The product changing costs that effected to the royalty of ADSL's users provided by TOT Public Company Limited at Amphur Muang, Kalasin province is the factors related to starting up investment capital in product changing such as marketing mix and customer

service management, which also create the new model of ADSL service by TOT Public Company Limited

3.) The ADSL 's user that prefers TOT Public Company Limited at Amphur Muang, Kalasin province also suggested that the company should, firstly, upgrade the signal speed, secondly, the fast restitution in case that the signal failed and finally, the 24 hours customer service phone center.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY