

**คุณภาพการให้บริการและประสบการณ์ใช้งานที่มีต่อความภักดี
ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต**

Service quality and user experience affecting customer loyalty
of residential high-speed internet users in Phuket Province.

ชยุต ศิริบุหงศ์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “คุณภาพการให้บริการและประสบการณ์การใช้งานที่มีต่อความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการ ประสบการณ์การใช้งาน และความภักดีของผู้ใช้บริการ และ (2) วิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และประสบการณ์การใช้งานที่มีต่อความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ และผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ประสบการณ์การใช้งาน และความภักดีของผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการและประสบการณ์การใช้งานสามารถอธิบายความภักดีของผู้ใช้บริการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรย่อยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดี ได้แก่ ความทันสมัยของอุปกรณ์และระบบ ความน่าเชื่อถือของบริการ และความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพการให้บริการ ขณะที่ตัวแปรย่อยด้านประสบการณ์การใช้งานที่มีอิทธิพลต่อความภักดี ได้แก่ ความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่ตรงตามแพ็คเกจ ความสะดวกในการจัดการบริการผ่านช่องทางดิจิทัล และความเสถียรของระบบ

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ตเกิดจากการผสมกันของคุณภาพการให้บริการและประสบการณ์การใช้งานอย่างเป็นระบบ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการ และการรักษาฐานลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ, ประสบการณ์การใช้งาน, ความภักดีของผู้ใช้บริการ, อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้าน, จังหวัดภูเก็ต

ABSTRACT

This research aimed to (1) examine the levels of perceptions toward service quality, user experience, and customer loyalty, and (2) analyze the influence of service quality and user experience on customer loyalty among residential high-speed internet users in Phuket Province. Multiple regression analysis was employed to test the research hypotheses.

The sample consisted of 400 residential high-speed internet users in Phuket Province, selected using convenience sampling. A questionnaire was used as the research instrument, which was validated by experts for content validity and tested for reliability using Cronbach's alpha coefficient. Data analysis included descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as multiple regression analysis to examine the influence of independent variables on customer loyalty.

The results revealed that respondents had a high level of overall perceptions toward service quality, user experience, and customer loyalty. The findings from multiple regression analysis indicated that service quality and user experience significantly explained customer loyalty. Key service quality factors influencing loyalty included the modernity of equipment and systems, service reliability, and overall satisfaction with service quality. Meanwhile, user experience factors significantly affecting customer loyalty included internet speed matching the subscribed package, convenience in managing services through digital channels, and system stability.

The findings suggest that customer loyalty toward residential high-speed internet services in Phuket Province results from the integrated effects of service quality and user experience. These results can serve as practical guidelines for internet service providers to improve service performance, enhance user experience, and develop effective customer retention strategies in a highly competitive market.

Keywords : service quality, user experience, customer loyalty, residential high-speed internet, Phuket Province

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ในยุคดิจิทัลปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านได้กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของประชาชนไม่แตกต่างจากระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานอื่น ๆ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมีบทบาทรองรับกิจกรรมในชีวิตประจำวันอย่างครอบคลุมทั้งการทำงานจากที่บ้าน การเรียนออนไลน์ การสื่อสาร การทำธุรกรรมทางการเงิน ตลอดจนการใช้งานอุปกรณ์อัจฉริยะและเทคโนโลยี Internet of Things ซึ่งล้วนต้องอาศัยเครือข่ายที่มีความเร็วและเสถียรภาพสูง (International Telecommunication Union, 2022)

ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่า คริวเรือนไทยมากกว่าร้อยละ 90 มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนบทบาทของอินเทอร์เน็ตจากทางเลือกสู่ความจำเป็นในชีวิตประจำวัน ขณะเดียวกัน ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านมีแนวโน้มภักดีต่อผู้ให้บริการในระยะยาว โดยไม่เปลี่ยนผู้ให้บริการบ่อยครั้ง ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการตัดสินใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องมีได้ขึ้นอยู่กับราคาเพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการและประสบการณ์การใช้งานโดยรวม (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566)

จังหวัดภูเก็ตเป็นพื้นที่ที่มีบริบทเฉพาะด้านเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากเป็นทั้งเมืองท่องเที่ยวระดับนานาชาติและพื้นที่นำร่องด้านการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ มีการลงทุนด้านโครงข่ายดิจิทัลและโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีประชากรที่หลากหลายทั้งประชาชนในพื้นที่ กลุ่มแรงงานบริการ และชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ส่งผลให้ความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มีคุณภาพและเสถียรภาพอยู่ในระดับสูง (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2566)

ขณะเดียวกัน ตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ตมีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยมีผู้ให้บริการหลายรายที่พัฒนากลยุทธ์ด้านคุณภาพการให้บริการ เทคโนโลยีเครือข่าย และช่องทางดิจิทัลเพื่อสร้างความแตกต่างและรักษาฐานลูกค้า ภายใต้สภาวะการแข่งขันดังกล่าว การสร้างความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ให้บริการ (กสทช., 2566)

แนวคิดด้านคุณภาพการให้บริการและประสบการณ์การใช้งานชี้ให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือของบริการ การตอบสนองที่เหมาะสม และประสบการณ์การใช้งานจริง เช่น ความเสถียรของสัญญาณและความสะดวกในการจัดการบริการผ่านช่องทางดิจิทัล ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการก่อให้เกิดความภักดีของลูกค้า (Parasuraman et al., 1988; Oliver, 1999 ; Norman & Nielsen, 2020)

ดังนั้น การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ ประสบการณ์การใช้งาน และความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทาง

ในการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการเพื่อเสริมสร้างความภักดีของลูกค้าอย่างยั่งยืนในบริบทการ
แข่งขันของธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
ประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต ตามองค์ประกอบของโมเดล SERVQUAL
2. เพื่อศึกษาระดับประสบการณ์การใช้งานของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อวิเคราะห์ระดับความภักดีของลูกค้า และความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพ
การให้บริการ ประสบการณ์การใช้งาน และความภักดี ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานของการวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
ประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต
2. ประสบการณ์การใช้งานมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
ประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา: การวิจัยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพการให้บริการ
(Service Quality) และ ประสบการณ์การใช้งาน (User Experience) ที่ส่งผลต่อ
ความภักดีของผู้ใช้บริการ (Customer Loyalty) ในบริบทของบริการอินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูงประจำบ้าน (Residential High-Speed Internet) โดยใช้กรอบแนวคิด
SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988)
2. ขอบเขตด้านพื้นที่: การศึกษาในครั้งนี้จำกัดอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ซึ่งครอบคลุม
ทั้งเขตเมืองและพื้นที่รอบนอกที่มีการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้าน
(Residential High-Speed Internet)
3. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง: กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยประกอบด้วยบริการอินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูงประจำบ้าน (Residential High-Speed Internet) ที่พักอาศัยหรือมีถิ่นฐาน
อยู่ในจังหวัดภูเก็ต โดยมีประสบการณ์ใช้งานกับผู้ให้บริการอย่างน้อย 3 เดือน

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้มุ่งอธิบายความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้าน โดยพิจารณาจากสองปัจจัยหลัก ได้แก่ คุณภาพการให้บริการและประสบการณ์การใช้งาน ภายใต้บริบทจังหวัดภูเก็ตซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการแข่งขันด้านบริการสูงและความต้องการใช้งานเชิงดิจิทัลเข้มข้น วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจึงครอบคลุมแนวคิดพื้นฐานของบริการอินเทอร์เน็ตบ้าน แนวคิดคุณภาพการให้บริการ แนวคิดประสบการณ์การใช้งาน และแนวคิดความภักดี รวมถึงงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าว

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้าน

บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านเป็นโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่มีความจำเป็นต่อวิถีชีวิตของประชาชนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เนื่องจากรองรับกิจกรรมสำคัญในชีวิตประจำวัน เช่น การทำงานจากที่บ้าน การเรียนออนไลน์ การสื่อสาร การทำธุรกรรมทางการเงิน และการใช้งานอุปกรณ์อัจฉริยะภายในครัวเรือน โดยเฉพาะภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่เร่งให้เกิดการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมดิจิทัลอย่างชัดเจน (International Telecommunication Union, 2022)

บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านส่วนใหญ่เป็นการเชื่อมต่อแบบ Fixed Broadband โดยเทคโนโลยีหลักที่ใช้งานในปัจจุบันคือ FTTH ซึ่งมีความเร็วและความเสถียรสูง รองรับการใช้งานพร้อมกันหลายอุปกรณ์ และตอบสนองพฤติกรรมผู้ใช้ที่มีความต้องการใช้งานดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง (กสทช., 2566)

2) แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

แนวคิดคุณภาพการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะในธุรกิจบริการที่ไม่สามารถประเมินคุณภาพได้ก่อนการให้บริการจริง (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

โมเดล SERVQUAL อธิบายว่าคุณภาพการให้บริการเกิดจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการ และสามารถจำแนกออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความรวดเร็วในการตอบสนอง ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ และสิ่งที่จับต้องได้ ซึ่งแต่ละมิติมีบทบาทสำคัญต่อการประเมินคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในทุกจุดสัมผัสของการใช้บริการ (Parasuraman et al., 1988; Zeithaml et al., 2018)

3) แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ผู้ใช้งาน (User Experience)

ประสบการณ์ผู้ใช้งานเป็นการรับรู้โดยรวมที่ผู้ใช้มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการตลอดกระบวนการใช้งาน ตั้งแต่ก่อนใช้ ระหว่างใช้ และหลังการใช้บริการ ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านอารมณ์ ความสะดวก ความพึงพอใจ และการรับรู้คุณค่า (Norman & Nielsen, 2020)

Hassenzahl (2010) แบ่งประสบการณ์ผู้ใช้งานออกเป็น 2 มิติ ได้แก่ Pragmatic Quality ซึ่งสะท้อนประสิทธิภาพและความสะดวกในการใช้งาน และ Hedonic Quality ซึ่งสะท้อนความรู้สึกเชิงอารมณ์ ความพึงพอใจ และความผูกพันกับแบรนด์ ในบริบทของบริการ

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ประสบการณ์ผู้ใช้งานครอบคลุมทั้งความเร็ว ความเสถียร ความง่ายในการจัดการเครือข่าย และคุณภาพการสนับสนุนเมื่อเกิดปัญหา (Kim & Lee, 2020; García & Martínez, 2021)

4) แนวคิดเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)

ความภักดีของลูกค้าเป็นผลลัพธ์สำคัญของการบริหารธุรกิจบริการ โดยไม่ได้หมายถึงเพียงการใช้บริการซ้ำ แต่รวมถึงความผูกพันทางอารมณ์ ทัศนคติ และความเชื่อมั่นที่ลูกค้ามีต่อแบรนด์ (Dick & Basu, 1994)

Dick และ Basu (1994) อธิบายความภักดีผ่าน 2 มิติ คือ ความภักดีเชิงพฤติกรรม และความภักดีเชิงทัศนคติ ขณะที่ Oliver (1999) มองว่าความภักดีเป็นกระบวนการที่พัฒนาจากความพึงพอใจไปสู่ความผูกพันและความตั้งใจใช้บริการในระยะยาว

แนวคิดพีระมิดความภักดีของลูกค้าเสนอว่า ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและแบรนด์พัฒนาเป็นลำดับขั้น ตั้งแต่กลุ่มผู้มุ่งหวังไปจนถึงกลุ่มผู้สนับสนุนแบรนด์ ซึ่งช่วยอธิบายพฤติกรรมการคงอยู่ การแนะนำต่อ และการปกป้องแบรนด์ในระยะยาว (Lake, 2009; Bain & Company, 2023)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Nguyen, Pham, Tran และ Pham (2020) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ ต้นทุนการเปลี่ยนผู้ให้บริการ และความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการ e-banking ของธนาคารพาณิชย์ในกรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการจำนวน 227 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการในทุกมิติมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ และความพึงพอใจมีผลโดยตรงต่อความภักดีของลูกค้า นอกจากนี้ ต้นทุนการเปลี่ยนผู้ให้บริการยังช่วยเสริมระดับความภักดีอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาคุณภาพบริการอย่างต่อเนื่องสามารถสร้างความผูกพันระยะยาวกับลูกค้าได้

Lee (2020) ศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งในประเทศเกาหลีใต้ โดยเปรียบเทียบระหว่างลูกค้าทั่วไปและลูกค้า VIP จากกลุ่มตัวอย่างรวม 1,290 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์ใช้สอย ความง่ายในการใช้งาน ความน่าเชื่อถือของระบบ การตอบสนอง และความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งยังพบความแตกต่างของปัจจัยสำคัญระหว่างกลุ่มลูกค้าทั่วไปและกลุ่ม VIP สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบประสบการณ์บริการให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า

Tang (2020) ศึกษาโครงสร้างเครือข่ายการเชื่อมโยงของเมืองท่องเที่ยวเชิงบริการในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลขนาดใหญ่และการวิเคราะห์แบบ Fuzzy Clustering ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า เมืองท่องเที่ยวมีโครงสร้างแบบศูนย์กลางและชายขอบ ซึ่งเมืองที่มีโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริการที่เข้มแข็งจะมีศักยภาพในการดึงดูดผู้ให้บริการและการลงทุนสูงกว่า

งานวิจัยนี้สะท้อนถึงบทบาทของโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและคุณภาพบริการต่อการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของจังหวัดภูเก็ต

Paudel (2025) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในหุบเขาภาคมาณฑุ ประเทศเนปาล โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 121 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการถดถอยเชิงเส้น ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าความเร็วอินเทอร์เน็ต ความปลอดภัย และราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด ขณะที่การสนับสนุนทางเทคนิคและภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการก็มีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้

Comarch (2025) รายงานแนวโน้มการสร้างและรักษาความภักดีของลูกค้าในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม โดยชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคยุคดิจิทัลมีความคาดหวังสูงต่อประสิทธิภาพการใช้งานแบบไร้รอยต่อและบริการที่ตอบโจทย์เฉพาะบุคคล งานวิจัยเน้นว่าการแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพออีกต่อไป ผู้ให้บริการจำเป็นต้องพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งานและสร้างคุณค่าทางอารมณ์ เพื่อเสริมสร้างความภักดีในระยะยาว

ศิวพร ตันเจริญ (2563) ศึกษาอิทธิพลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การใช้สื่อหลายช่องทางร่วมกัน เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และรีวิวจากผู้ใช้งานจริง มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยเฉพาะด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลและความสะดวกในการเข้าถึงสารสนเทศ

กุลธิดา เจียมจิตร (2564) ศึกษาการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคผ่านสื่อทางการตลาดที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของทรูออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า สื่อโฆษณาออนไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการรับรู้และภาพลักษณ์ของแบรนด์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อมั่นและความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภคในระยะยาว

นภาพร จรัสชัยโชค (2565) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และความไว้วางใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะความพึงพอใจซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงประสิทธิภาพการใช้งานกับพฤติกรรมการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

สุทธิพร ป้อมทอง (2565) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตไฟเบอร์ออปติกความเร็วสูงอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าและคุณภาพการให้บริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจใช้บริการในระยะยาว สะท้อนว่าการรักษามาตรฐานบริการและประสิทธิภาพใช้งานที่ดีมีความสำคัญต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการโดยใช้สถิติที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูล ตรวจสอบความสัมพันธ์ และทดสอบอิทธิพลระหว่างตัวแปรที่ศึกษา โดยแบ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต รวมถึงระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการ ประสบการณ์การใช้งาน และความภักดีของลูกค้า โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อแสดงภาพรวมของข้อมูลและระดับความคิดเห็นในแต่ละตัวแปร

สถิติในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ใช้การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อประเมินความสอดคล้องภายในของแบบสอบถามในแต่ละด้านก่อนนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ตามเกณฑ์ทางวิชาการ

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ ประสบการณ์การใช้งาน และความภักดีของลูกค้า ว่ามีทิศทางและระดับความสัมพันธ์กันอย่างไร จากนั้นใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและประสบการณ์การใช้งานที่มีต่อความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้ผลการวิเคราะห์เป็นฐานในการอภิปรายผลและสรุปข้อเสนอแนะจากการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ ประสบการณ์การใช้งาน และความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้าน แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questions) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับน้อยที่สุดถึงระดับมากที่สุด

โครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ โดยวัดตามกรอบแนวคิด SERVQUAL

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวัน

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ และทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมในการนำไปใช้เก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการในรูปแบบออนไลน์ (Online Survey) โดยใช้แบบสอบถามผ่านระบบ Google Form ผู้วิจัยได้ประสานงานกับพนักงานขายที่ลงพื้นที่ในจังหวัดภูเก็ต เพื่อช่วยเผยแพร่แบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้าน

พนักงานขายทำหน้าที่แนะนำและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแบบสอบถามออนไลน์แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบสามารถกรอกข้อมูลผ่านโทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยตนเอง ข้อมูลที่ได้จะถูกบันทึกและจัดเก็บในระบบโดยอัตโนมัติ

การเก็บข้อมูลดำเนินการจนได้จำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบถ้วนตามขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ จำนวน 400 ชุด ก่อนนำข้อมูลไปตรวจสอบความครบถ้วน ความถูกต้อง และนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

ผลการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของ คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) และ ประสบการณ์การใช้งาน (User Experience) ที่มีต่อ ความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้าน (Customer Loyalty) ในจังหวัดภูเก็ต โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านจำนวน 400 คน ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

สรุปผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองภูเก็ต รองลงมาคืออำเภอกะทู้และอำเภอถลาง สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีการกระจุกตัวในเขตเมืองและพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของที่อยู่อาศัยสูง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่องในชีวิตประจำวัน

ในด้านบทบาทการใช้งานอินเทอร์เน็ตภายในครัวเรือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกครอบครัวที่ร่วมใช้งาน รองลงมาคือเจ้าของบัญชีหรือผู้สมัครใช้บริการ และผู้พักอาศัยในบ้านเช่าหรือคอนโดมิเนียม แสดงให้เห็นว่าการประเมินความคิดเห็นในงานวิจัยนี้สะท้อนมุมมองของผู้ใช้งานจริงในครัวเรือน ไม่ได้จำกัดเฉพาะผู้เป็นเจ้าของสัญญาเท่านั้น

ด้านโครงสร้างประชากร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 30–39 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงาน รองลงมาคือช่วงอายุ 21–29 ปี และ 40–49 ปี สะท้อนว่าผู้ใช้งานหลักเป็นกลุ่มที่ต้องพึ่งพาอินเทอร์เน็ตทั้งในด้านการทำงาน การสื่อสาร และการดำเนินชีวิตประจำวัน ขณะที่ด้านอาชีพพบว่าพนักงานเอกชนมีสัดส่วนสูงที่สุด รองลงมาคือผู้ประกอบการส่วนตัว และข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ

ในด้านผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต พบว่า True Online มีสัดส่วนผู้ใช้งานสูงสุด รองลงมาคือ 3BB และ AIS Fibre โดยแพ็คเกจที่ใช้งานมากที่สุดอยู่ในช่วงความเร็ว 500–999 Mbps ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตในระดับกลางถึงสูงของครัวเรือนในจังหวัดภูเก็ต

สรุปผลระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ประสบการณ์การใช้งาน และความภักดี ของผู้ให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นโดยรวมพบว่า ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ตมีความคิดเห็นต่อภาพรวมอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้เชิงบวกต่อการให้บริการและการใช้งานอินเทอร์เน็ตบ้านโดยรวม

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการรับรู้ถึงมาตรฐานการให้บริการของผู้ให้บริการ ทั้งในด้านความน่าเชื่อถือ การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ขณะเดียวกันด้านประสบการณ์การใช้งานก็อยู่ในระดับมากเช่นกัน สะท้อนถึงการรับรู้ในด้านประสิทธิภาพ ความเสถียร และความสะดวกในการใช้งานอินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวัน

สำหรับด้านความภักดีของลูกค้า พบว่าอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการมีแนวโน้มในการให้บริการต่อเนื่อง ไม่เปลี่ยนผู้ให้บริการง่าย และมีความพร้อมในการแนะนำบริการให้แก่ผู้อื่น ซึ่งสะท้อนถึงความผูกพันและความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านในจังหวัดภูเก็ต

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการถดถอยพหุคูณ

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ทั้งคุณภาพการให้บริการและประสบการณ์การใช้งานมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนว่าความภักดีของผู้ใช้บริการเกิดจากการผสมผสานกันของมิติด้านกระบวนการให้บริการและมิติด้านประสบการณ์การใช้งานจริง

ในส่วนของคุณภาพการให้บริการ พบว่าโมเดลถดถอยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความภักดีของผู้ใช้บริการได้ในระดับสูง และมีความเหมาะสมทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า ความทันสมัยของอุปกรณ์และระบบเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีมากที่สุด รองลงมาคือความน่าเชื่อถือของบริการ และความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพการให้บริการ สะท้อนให้เห็นว่าความพร้อมด้านเทคโนโลยี ความเสถียร และการรับรู้ภาพรวมของคุณภาพบริการมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของการประเมินการใช้งาน พบว่าโมเดลถดถอยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความภักดีได้ในระดับสูงยิ่งกว่าโมเดลคุณภาพการให้บริการ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ความเสถียรและความง่ายในการใช้งานของแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ ความพึงพอใจโดยรวมต่อการประเมินการใช้งาน ความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ตรงตามแพ็คเกจและความสะดวกในการจัดการบริการด้วยตนเองผ่านช่องทางดิจิทัล

ผลการทดสอบสมมติฐานยืนยันว่า ความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านในจังหวัดภูเก็ตเกิดจากการบูรณาการระหว่างคุณภาพการให้บริการเชิงกระบวนการและประสบการณ์การใช้งานเชิงเทคนิคอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัยและสะท้อนบริบทการแข่งขันของธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในยุคดิจิทัลได้อย่างชัดเจน

สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลระหว่างตัวแปร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า คุณภาพการให้บริการและประสบการณ์การใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะของ “อิทธิพลเชิงพยากรณ์” ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงของคุณภาพการให้บริการและประสบการณ์การใช้งานสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของระดับความภักดีของผู้ใช้บริการได้อย่างเป็นระบบ

เมื่อพิจารณาเชิงเปรียบเทียบ พบว่า ประสบการณ์การใช้งานมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการในระดับที่สูงกว่าคุณภาพการให้บริการ โดยโมเดลด้านประสบการณ์การใช้งานสามารถอธิบายความแปรปรวนของความภักดีได้ในสัดส่วนที่มากกว่า สะท้อนให้เห็นว่าในบริบทของบริการอินเทอร์เน็ตบ้าน ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับประสบการณ์การใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน เช่น ความเสถียรของระบบ ความง่ายในการใช้งาน และความสะดวกในการจัดการบริการผ่านช่องทางดิจิทัล มากกว่าการรับรู้คุณภาพในเชิงกระบวนการเพียงอย่างเดียว

ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมจึงชี้ให้เห็นว่า ความภักดีของผู้ใช้บริการไม่ได้เกิดจากปัจจัยด้านใดด้านหนึ่งโดยลำพัง แต่เกิดจากการผสมผสานกันของคุณภาพการให้บริการและประสบการณ์การใช้งาน ซึ่งทำหน้าที่เสริมแรงซึ่งกันและกันในการสร้างความผูกพันระยะยาวระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต

อภิปรายผลตามสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 1 พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด SERVQUAL ที่ระบุว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และนำไปสู่ความภักดีในระยะยาว โดยเฉพาะองค์ประกอบด้านความทันสมัยของอุปกรณ์และระบบ และความน่าเชื่อถือของบริการ ซึ่งสะท้อนถึงความพร้อมด้านเทคโนโลยีและความเสถียรของโครงข่ายที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก

ในขณะเดียวกัน ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 2 พบว่า ประสิทธิภาพการใช้งานมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการในระดับที่สูงกว่าคุณภาพการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้าน User Experience ที่มองว่าประสิทธิภาพเชิงระบบและความรู้สึกของผู้ใช้จากการใช้งานจริงในทุกจุดสัมผัสของบริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมการใช้บริการต่อเนื่อง โดยเฉพาะความเสถียรของระบบ ความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชัน และความพึงพอใจโดยรวมต่อประสิทธิภาพการใช้งาน

การที่ประสิทธิภาพการใช้งานมีอิทธิพลต่อความภักดีในระดับสูง สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะการใช้งานหนาแน่นและมีความหลากหลายของกลุ่มผู้ใช้ มีความคาดหวังต่อการใช้งานที่ “ไม่สะดุด ไม่ซับซ้อน และควบคุมได้ด้วยตนเอง” มากขึ้นตามบริบทของสังคมดิจิทัล

ผลการอภิปรายผลชี้ให้เห็นว่า ความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านในจังหวัดภูเก็ตเกิดจากการบูรณาการระหว่างคุณภาพการให้บริการเชิงกระบวนการและประสิทธิภาพการใช้งานเชิงเทคนิค ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานที่ตั้งไว้ทุกประการ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่พบว่า คุณภาพการให้บริการและประสบการณ์การใช้งานมีอิทธิพลโดยตรงต่อความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ต ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและการรักษาฐานลูกค้าในระยะยาว

1. ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับ การพัฒนาเทคโนโลยีและความทันสมัยของอุปกรณ์และระบบเครือข่าย เนื่องจากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความทันสมัยของอุปกรณ์และระบบเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการมากที่สุด การลงทุนในโครงข่ายไฟเบอร์ออปติก ระบบ Wi-Fi ประสิทธิภาพสูง อุปกรณ์เครือข่ายภายในบ้าน รวมถึงการรองรับการใช้งานหลายอุปกรณ์พร้อมกัน จะช่วยตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผู้ให้บริการควรมุ่งเน้น การรักษาความน่าเชื่อถือและความเสถียรของการให้บริการ โดยลดปัญหาการขัดข้องของสัญญาณ การล่าช้าในการแก้ไขปัญหา และการให้บริการที่ไม่เป็นไปตามข้อตกลงที่กำหนดไว้ เนื่องจากความน่าเชื่อถือของบริการเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สร้างความไว้วางใจและส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน
3. ควรพัฒนา ช่องทางดิจิทัลและระบบการจัดการบริการด้วยตนเองผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ ให้มีความเสถียร ใช้งานง่าย และไม่ซับซ้อน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์การใช้งานผ่านระบบดิจิทัลที่ราบรื่น รวมถึงความสะดวกในการตรวจสอบข้อมูล แก้ไขปัญหา และจัดการบริการด้วยตนเอง มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการ
4. ผู้ให้บริการควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบ กลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้า (Customer Retention Strategy) โดยบูรณาการการพัฒนาคุณภาพการให้บริการเข้ากับการยกระดับประสบการณ์การใช้งานอย่างต่อเนื่อง ไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการแข่งขันด้านราคา แต่ควรสร้างคุณค่าเชิงประสบการณ์ ความพึงพอใจ และความไว้วางใจ เพื่อเสริมสร้างความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำบ้านในจังหวัดภูเก็ตอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. การศึกษาค้างต่อไปควรขยายขอบเขตพื้นที่การวิจัยไปยังจังหวัดอื่น ๆ หรือกลุ่มจังหวัดในภูมิภาคเดียวกัน เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในบริบทพื้นที่ที่แตกต่างกัน และเพิ่มความสามารถในการอ้างอิงผลการวิจัยในระดับที่กว้างขึ้น
2. เพิ่มตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ เช่น ราคาและความคุ้มค่า ภาพลักษณ์ตราสินค้า ความไว้วางใจ (Trust) ต้นทุนการเปลี่ยนผู้ให้บริการ (Switching Costs) หรืออิทธิพลจากการสื่อสารทางการตลาด เพื่อให้สามารถอธิบายพฤติกรรมความภักดีของผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
3. การวิจัยในอนาคตอาจนำวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) มาใช้ควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้เข้าใจมุมมองความรู้สึก และประสบการณ์เชิงลึกของผู้ใช้บริการที่ไม่สามารถสะท้อนออกมาได้อย่างครบถ้วนผ่านแบบสอบถาม
4. พิจารณาศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตแต่ละราย เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างด้านคุณภาพการให้บริการ ประสบการณ์การใช้งาน และระดับความภักดีของลูกค้าซึ่งจะช่วยให้เห็นจุดแข็ง จุดอ่อน และแนวทางการแข่งขันของผู้ให้บริการแต่ละรายอย่างชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

- กสทช. (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ). (2566). รายงานภาพรวมตลาดอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ประจำปี 2566. สำนักงาน กสทช.
- กุลธิดา เจียมจิตร. (2564). การสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคผ่านสื่อทางการตลาดที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของทรูออนไลน์.
- ณัฐพงศ์ สงวนสิน. (2566). คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสตรีมมิ่งของ Netflix.
- ณัฐพล ธาราไพศาล. (2565). อิทธิพลของคุณภาพเครือข่าย อรรถประโยชน์ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.
- นภาพร จรัสชัยโชค. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่.
- ศิวพร ต้นเจริญ. (2563). การหลอมรวมสื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในเขตกรุงเทพมหานคร.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). การสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2566. สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2568). การสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2568 (ไตรมาส 3). สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สุทธิพร ป้อมทอง. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตไฟเบอร์ออฟติกความเร็วสูงอย่างยั่งยืน.

อัญชลี คำศรี. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.

อัจฉรา ดำรงชัยธรรม. (2566). การสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคผ่านสื่อทางการตลาดที่มีผลต่อภาพลักษณ์การให้บริการอินเทอร์เน็ตทรูออนไลน์.

Bain & Company. (2023). Customer loyalty and the net promoter system.

<https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/marketing/customer-loyalty-net-promoter-system/>

Comarch. (2025). Telecom customer loyalty trends 2025. Comarch.

Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99–113.

Forrester Research. (2021). The state of customer loyalty. Forrester Research.

García, S., & Martínez, L. (2021). Home Wi-Fi 6/7 and high-density residential internet usage. Unpublished manuscript.

Hassenzahl, M. (2010). Experience design: Technology for all the right reasons. Morgan & Claypool.

International Telecommunication Union. (2022). Measuring digital development: Facts and figures 2022. ITU.

Kim, J., & Lee, H. (2020). Mesh Wi-Fi and seamless coverage in smart homes. Unpublished manuscript.

Lake, L. (2009). *Consumer behavior for dummies*. Wiley Publishing.

Lee, S. (2020). Service quality factors influencing customer satisfaction in internet banking: A comparison between regular and VIP customers in South Korea. Unpublished manuscript.

National Statistical Office of Thailand. (2023). Household survey on the use of information and communication technology 2023. National Statistical Office.

Nguyen, T. H., Pham, L. T., Tran, M. Q., & Pham, H. T. (2020). Service quality, customer satisfaction, switching costs and customer loyalty in commercial bank e-banking in Hanoi. Unpublished manuscript.

- Norman, D. A., & Nielsen, J. (2020). The definition of user experience (UX). Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>
- Paudel, R. (2025). Factors influencing customer satisfaction with internet service providers in Kathmandu Valley, Nepal. Unpublished manuscript.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Tang, Y. (2020). Hierarchical network structures of service-oriented tourist cities in China: A fuzzy clustering approach. Unpublished manuscript.