

กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปา  
ของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี

The process for deciding to use the payment method of water service  
users of the Provincial Waterworks Authority Ubonratchathani Branch

วรพจน์ เฮ็งเส็ง

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

WORAPOT HENGSENG

E-mail : worapotru63@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

---

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษากระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี (2) เพื่อศึกษากระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี มีผลต่อความกระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทาง เดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานีที่มีเพศต่างกัน อายุต่างกัน การศึกษาต่างกัน และรายได้ต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาต่างกัน และประชากรผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานีที่มีอาชีพต่างกัน และสถานที่พักต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย และด้านบุคคล มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี

คำสำคัญ : กระบวนการการตัดสินใจ, ผู้ใช้บริการน้ำประปา

## ABSTRACT

The purposes of this research are (1) to study the process for deciding to use the payment method of water service users of the Provincial Waterworks Authority Ubonratchathani Branch (2) to study the process for deciding to use the payment method of water service users of the Provincial Waterworks Authority Ubonratchathani Branch which classified as personal factors (3) to study the factors of marketing mix and the factors of technology acceptable which included product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The perception of the benefits in the simple way to use and the attitude toward the use of payment methods which affect the process for deciding to use the payment method of water service users of the Provincial Waterworks Authority Ubonratchathani Branch. The samples in this research are the water utility users which registered as the users of the water works authority, Ubon Ratchathani branch were included 400 people. The questionnaires were used as a tool for the data collection. The statistical analysis included frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis test was tested by t-test, one-way ANOVA. If the difference from the hypothesis test were found; LSD method and multiple regression analysis will be further analyses for the results.

The hypothesis test found that the user of the regional water works authority in Ubon Ratchathani branch with different in sex, ages, education levels, monthly incomes have affected to the decision-making process of the user choices in water utility payment methods. But the users with different in occupation and place to stay have not affected to the decision-making process. The factors of marketing mix and the factors of technology acceptable which included product, promotion and people have also affected to the decision-making process of the user choices in water utility payment methods

Keywords : The process for deciding, The users of the water works authority

## บทนำ

น้ำ เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ และใช้น้ำเพื่อประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านการอุปโภคบริโภค มีความแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับความจำเป็นของผู้ใช้และความอุดมสมบูรณ์ของน้ำ ซึ่งน้ำประปาเป็นการบริการด้านสาธารณสุขที่สำคัญเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ดังนั้นในด้านบริการน้ำประปามีความจำเป็นและส่งผลต่อวิถีการดำเนินชีวิต สุขอนามัยและความสุขของคนในสังคม ทั้งนี้การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงมหาดไทย จัดตั้งขึ้นตาม พ.ร.บ. กปภ.พ.ศ.2522 เป็นหน่วยงานให้บริการน้ำประปาแก่ลูกค้าในพื้นที่ 74 จังหวัดทั่วประเทศ (ยกเว้น กทม. นนทบุรี และสมุทรปราการ) โดย กปภ. พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการให้บริการน้ำประปาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจและความประทับใจ ต่อ กปภ. โดยมี วิสัยทัศน์ "มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน ด้านการให้บริการและบริหารจัดการน้ำประปา และการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี เป็นหนึ่งในสาขาภายในองค์กรการประปาส่วนภูมิภาค

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับ กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี คาดว่าผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการอันจะเป็นประโยชน์ ต่อ ประชาชน ผู้ใช้บริการในการได้รับบริการสาธารณสุขภาคพื้นฐานที่ดี

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี 2. เพื่อศึกษากระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการบริการ ส่งเสริมการขาย บุคคล กระบวนการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ทักษะคติที่มีต่อการใช้งาน มีผลต่อความกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี

## ขอบเขตงานวิจัย

1. ประชากรและตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการน้ำประปาที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ใช้น้ำของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี จำนวน 63,632 ราย (ข้อมูลอ้างอิง การประปาส่วนภูมิภาคเขต 8.การประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี.ค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2564,จาก <https://reg8.pwa.co.th/pwa8>) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 คน

2. ด้านเนื้อหา เป็นการศึกษากระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี โดยวิจัยกระบวนการตัดสินใจ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการประเมินภายหลังการใช้บริการ

### ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานที่พัก ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการบริการ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการ น้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการประเมินภายหลังการใช้บริการ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึง กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี

2. ทราบถึงกระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาจำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล

3. ทราบถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อ กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี

### ทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Kotler (2003, p. 192 อ้างถึงใน จุฬารพร ประสพสุข,2557) ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนคือ การรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลการเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีรายละเอียดดังนี้

1 การรับรู้ถึงปัญหา คือ การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือสิ่งกระตุ้น เช่น ความหิว ความกระหาย ความเจ็บปวด เป็นต้นรวมถึงความต้องการของร่างกาย และความต้องการที่เป็นความปรารถนา ความต้องการทางด้านจิตวิทยา

2 การค้นหาข้อมูลเมื่อความต้องการถูกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถสนองต่อความต้องการ อยู่ใกล้ผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันที ที่นักการตลาดจึงให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคแสวงหาและมีอิทธิพลเกี่ยวกับพฤติกรรมเลือก แหล่งข้อมูลของผู้บริโภค

3 การประเมินผลทางเลือก เมื่อผู้บริโภคผ่านขั้นที่สอง ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและเกิดประเมินผลทางเลือก กระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ง่ายและไม่สามารถใช้กับผู้บริโภคทุกคนได้ การประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภค

4 การตัดสินใจซื้อ จากการประเมินผลพฤติกรรมในขั้นที่ 3 ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างสินค้าต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือก โดยผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่ชอบมากที่สุด ปัจจัยที่เกิดขึ้นระหว่างการประเมินผลพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อ คือ หลังจากประเมินผลทางเลือก ก่อนที่จะเกิดความตั้งใจซื้อ และเกิดการตัดสินใจซื้อ

5 ความรู้สึกภายหลังการซื้อ หลังจากซื้อและทดลองใช้สินค้าแล้วผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจสินค้า ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามให้ทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภค

นเรศ สุนทร (2557) กระบวนการตัดสินใจในการซื้อ คือ พฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะเป็นกระบวนการ โดยมีลำดับขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ คือการรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกหลังการซื้อ โดยมีสิ่งเร้าต่างๆ ที่สามารถเปลี่ยนเป็นพฤติกรรมตอบสนองที่เกิดขึ้นภายในใจ ซึ่งถือเป็นกล่องดำของผู้บริโภค โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเกิดจากลักษณะของปัจจัยอิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ และปฏิกิริยา ตอบสนองต่อสิ่งเร้าของผู้บริโภค อันได้แก่ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม สังคม บุคคล และจิตวิทยา และส่วนที่สองเกิดจากกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อเอง (buyer's decision process) ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ

Walters (1978, p. 115 อ้างถึงใน ชีสา โขติลดา คีติกา, 2559) อธิบายคำว่า การตัดสินใจ (Decision) ว่าหมายถึง การเลือกกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเลือกจากทางเลือกที่มีอยู่หลายทางเลือก

กมลวรรณ สุขสมัย (2560) การตัดสินใจ คือ ผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคลสามารถนำไปปฏิบัติและทำให้งานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

รังสรรค์ สุธีสิริมงคล (2562) การเลือกและเปรียบเทียบสิ่งที่ต้องการจากทางเลือกมากมายโดยนำมาพิจารณาด้วยเหตุผล เพื่อให้ได้สิ่งที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์

ซึ่งทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการตัดสินใจ ผู้วิจัยสรุปความหมายโดยรวมเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ว่า การตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน 1.ด้านการรับรู้ปัญหา 2.ด้านการค้นหาข้อมูล 3.ด้านประเมินทางเลือก 4.ด้านการตัดสินใจใช้บริการ 5.ด้านการประเมินภายหลังการใช้บริการ

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สถิติ

ประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการน้ำประปาที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ใช้น้ำของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี จำนวน 63,632 ราย กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยการใช้การคำนวณสูตรของ Yamane โดยสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นกับผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามแบบปลายเปิดและปิด โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

1.1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้ และสถานที่พัก มีจำนวนข้อคำถามในแบบสอบถามทั้งหมด 6 ข้อ

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการประเมินภายหลังการใช้บริการ จำนวนข้อคำถาม 16 ข้อ

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางบริการ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางภาพ จำนวนข้อคำถาม 20 ข้อ

1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน จำนวนข้อคำถาม 9 ข้อ

1.5 กำหนดประเมินค่าความสำคัญ โดยแบ่ง 5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, 4 = ระดับความคิดเห็นมาก, 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย, 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด และช่วงเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยการประเมิน กำหนดให้ 4.21 - 5.00 ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด, 3.41 - 4.20 ระดับความคิดเห็นในระดับมาก, 2.61 - 3.40 ระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง, 1.81 - 2.60 ระดับความคิดเห็นในระดับน้อย, 1.00 - 1.80 ระดับความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพรรณนา (descriptive statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้ และสถานที่พัก

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรด้านกระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

2. สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 ใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานีโดยจำแนกตาม เพศ และสถานที่พัก

2.2 ใช้สถิติ One-Way ANOVA ในการวิเคราะห์ข้อมูล กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานีโดยจำแนกตาม อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้

2.3 ใช้สถิติ ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยประสมการตลาดและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีต่อการใช้งานที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี

### ผลวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปา ของผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ รองมาคือ ด้านประเมินทางเลือก ด้านการประเมินภายหลังการใช้บริการ ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านการรับรู้ปัญหา

2. ผลการเปรียบเทียบกระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สรุปผลการวิจัยดังนี้

2.1 ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานีที่มี เพศต่างกัน อายุต่างกัน การศึกษาต่างกัน และรายได้ต่างกันทำให้กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระ ค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปาต่างกัน

2.2 ประชากรผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานีที่มี อาชีพต่างกัน และสถานที่พักต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาไม่ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี สรุปผลการวิจัยดังนี้

3.1 ปัจจัยประสมการตลาดและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคคล มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี

3.2 ปัจจัยประสมการตลาดและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านราคา ด้านช่องทางการบริการ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ไม่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี

## อภิปรายผล

ผลการวิจัยกระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี สรุปดังนี้

1. กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

1.1 ด้านการรับรู้ปัญหา ของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี อยู่ในระดับ ความคิดเห็นระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรต้องการที่จะรับรู้ปัญหาและเข้าใจในการใช้บริการชำระค่าน้ำประปา โดยที่ประชากรรู้หรือตระหนักถึงปัญหาวิธีการ กระบวนการหรือความต้องการของตนโดยเกิดขึ้นจากสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายในและภายนอกที่รับรู้จากช่องทางสื่อสารต่างๆหรือการรับรู้โดยตรง ทำให้ประชากรส่วนใหญ่นั้นเกิดความต้องการที่จะนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการ

1.2 ด้านการค้นหาข้อมูล ของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี อยู่ในระดับ ความคิดเห็นระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การที่ประชากรส่วนใหญ่การค้นหาข้อมูลของสิ่งต่างๆที่มีจำเป็นและความต้องการ โดยทำการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ หรือสอบถามผู้รู้ เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดเกณฑ์เพื่อประเมินความคุ้มค่า ความต้องการและใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการวิธีการชำระค่า

1.3 ด้านประเมินทางเลือก ของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี อยู่ในระดับ ความคิดเห็นระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การประเมินทางเลือกของประชากรนั้น จะทำการประเมินผลของทางเลือกต่างๆ ตรงกับความต้องการที่ผู้บริโภคกำหนด โดยพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างความคุ้มค่าเหมาะสม ความสะดวกสบาย ปลอดภัย สามารถตอบสนองรูปแบบได้ตรงความต้องการมากที่สุดของการบริการในรูปแบบต่างๆ หลังจากที่ได้ทำการค้นหาข้อมูลนั้นๆก่อนที่จะเลือกใช้บริการ

1.4 ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี อยู่ในระดับ ความคิดเห็นระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การตัดสินใจใช้บริการนั้นเป็นสิ่งที่ประชากร ส่วนใหญ่นั้นได้ตัดสินใจใช้บริการชำระค่าน้ำประปาหลังจากเปรียบเทียบความคุ้มค่า ความสะดวกสบายและประเมินในด้านต่างๆ มาแล้ว เพื่อให้ได้การบริการที่ตรงตามความต้องการสะดวกและมีความคุ้มค่าเป็นที่น่าพอใจมากที่สุดแล้ว

1.5 ด้านการประเมินภายหลังการใช้บริการ ของผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาค สาขาอุบลราชธานี อยู่ในระดับ ความคิดเห็นระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า หลังจากการใช้บริการ ประชากรส่วนใหญ่จะประเมินความรู้สึกที่มีต่อบริการที่ได้รับ โดยหากมีความพึงพอใจก็จะตัดสินใจใช้ซ้ำอีก แนะนำหรือบอกต่อ

2. กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี จำแนกตาม ปัจจัยประชากร

2.1 ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ที่มี เพศต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปานั้น ต่างกัน ซึ่ง กระบวนการตัดสินใจโดยรวม แตกต่างกัน

2.2 ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ที่มี อายุต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปานั้น ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัย มีความคิดเห็นช่วงอายุอาจส่งผลต่อพฤติกรรมและความสามารถเข้าถึงวิธีและกระบวนการชำระค่าน้ำประปา ที่ต่างกัน ซึ่งทำให้กระบวนการตัดสินใจโดยรวม แตกต่างกัน

2.3 ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ที่มี การศึกษา ต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปานั้น ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการศึกษอาจส่งผลต่อพฤติกรรม ทักษะ ความเข้าใจและความสามารถเข้าถึงวิธี และกระบวนการชำระค่าน้ำประปาที่ต่างกัน ซึ่งทำให้กระบวนการตัดสินใจโดยรวม แตกต่างกัน

2.4 ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ที่มี อาชีพต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระ ค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปานั้นไม่ต่างกัน ซึ่ง ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการอาชีพอาชีพนั้นไม่ได้มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากความต้องการของแต่ละ บุคคลนั้นไม่มีผลต่ออาชีพที่ประชากรส่วนใหญ่นั้นประกอบอยู่

2.5 ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ที่มีรายได้ต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปานั้น ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัย มีความคิดเห็นว่าการรายได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาในส่วนของการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ต่างกันในแต่ละวิธี เนื่องจากสถานภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละ บุคคลนั้นมีความแตกต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการนั้น แตกต่างกัน

2.6 ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ที่มี สถานที่พัก ต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปานั้น ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการสถานที่พักของประชากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระ ค่าน้ำประปาใน ส่วนระยะทางการเดินทาง ความสะดวก ง่ายต่อการเดินทางมาใช้บริการในส่วนของศูนย์ บริการต่างๆ หลีกเลี่ยงความแออัดในช่วงเวลาเร่งด่วน นั้นมีความแตกต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้ บริการ นั้น แตกต่างกัน

3. ผลการวิจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อกระบวนการ การตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาค สาขา อุบลราชธานี

3.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อ กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการ ชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยมี ความเห็นว่า ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องวิธีการชำระค่า น้ำประปามีขั้นตอน กระบวนการที่เป็นมาตรฐานน่าเชื่อถือ หลากหลายวิธีเพียงพอและตรงความต้องการ



3.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ไม่มีผลต่อ กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า อัตราค่าธรรมเนียมการบริการรับชำระค่าน้ำประปาไม่สูงเกินไป มีเหมาะสมแล้วเมื่อเทียบกับการชำระค่าบริการอื่นๆ จนทำให้ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปารู้สึกเพียงพอในการใช้บริการ

3.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการบริการ ไม่มีผลต่อ กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า วิธีการรับชำระค่าน้ำประปามีครอบคลุมหลากหลายเพียงพอต่อครบความต้องการและผ่านระบบออนไลน์สามารถตอบสนองความต้องการในปัจจุบันง่ายต่อการชำระ จนทำให้ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปารู้สึกเพียงพอในการใช้บริการ

3.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการขาย มีผลต่อ กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ในเรื่องรับรู้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สื่อออนไลน์ ทำให้รับรู้ข้อมูลและเข้าใจ ในการเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาที่ตรงความต้องการ สร้างความมั่นใจในมาตรฐาน และส่วนลด สิทธิพิเศษสมาชิก การดูแลก่อนและหลังการขาย มีผลต่อความรู้สึก ความพอใจและพฤติกรรม การใช้บริการ

3.5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคล มีผลต่อ กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล ในเรื่องการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการรับชำระค่าน้ำประปามีการบริการที่ดี มีอัธยาศัย สุภาพ ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจและสามารถที่จะอธิบายรายละเอียดต่างๆ ได้ช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ง่ายขึ้น สร้างความสัมพันธ์และบริการที่ดี

3.6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ ไม่มีผลต่อ กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การให้บริการในส่วนของการกระบวนการการให้บริการกับลูกค้า วิธีการรับชำระค่าน้ำประปาปัจจุบันมีขั้นตอนที่เป็นมาตรฐาน น่าเชื่อถือ โอกาสผิดพลาดน้อย มีความสะดวกรวดเร็ว ไม่เกิดความผิดพลาดและน่าเชื่อถือ มีผลต่อความรู้สึก ความพอใจและพฤติกรรม การซื้อสินค้า จนทำให้ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปารู้สึกเพียงพอในการใช้บริการ

3.7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่มีผลต่อ กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บริการในส่วนของคุณภาพทางกายภาพ .สถานที่รับชำระค่าน้ำประปาทันสมัย สะดวกสบาย สะอาด มีพื้นที่เพียงพอในการเข้าไปใช้บริการ ทันสมัย สะอาดสวยงาม สถานที่รับชำระค่าน้ำประปามีเพียงพอครบต่อรูปแบบวิธีการชำระที่มีให้เลือก จนทำให้ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปารู้สึกเพียงพอการในใช้บริการ

3.8 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน ไม่มีผลต่อ กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อไปชำระค่าน้ำประปาเพราะมีวิธีการรับชำระได้หลากหลายช่องทาง และการใช้เทคโนโลยีในปัจจุบันช่วยให้การชำระค่าน้ำประปาสะดวกขึ้น จนทำให้ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปารู้สึกเพียงพอในการใช้บริการ

3.9 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ไม่มีผลต่อ กระบวนการ การตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ใช้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขา อุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกถึงความง่ายต่อการใช้งาน เข้าถึงบริการชำระค่าน้ำประปาได้โดยง่ายทุกช่องทาง เทคโนโลยีในปัจจุบันช่วยให้การชำระค่าน้ำประปายง่ายขึ้น สามารถ ควบคุมได้ง่าย ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก จนทำให้ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปารู้สึกเพียงพอในการใช้ บริการ

3.10 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน ไม่มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจ เลือกใช้วิธีการชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุบลราชธานี ซึ่ง ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การให้บริการปัจจุบัน มีกระบวนการบริการที่สร้างความมั่นใจเชื่อถือได้ มั่นใจในเรื่อง ของความถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาดจากการใช้เทคโนโลยีในการรับชำระค่าน้ำประปาในปัจจุบัน ทำให้ ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการ จนทำให้ประชากรผู้ให้บริการน้ำประปารู้สึกเพียงพอในการใช้ บริการ

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาตัวแปรปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติม อาจส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการ ชำระค่าน้ำประปาของผู้ให้บริการน้ำประปา เช่น ปัจจัยด้านความพึงพอใจ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ เพื่อที่จะได้ นำมาปรับปรุงหรือสร้างความน่าเชื่อถือให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

2. ควรศึกษาประชากรในพื้นที่ให้บริการของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาให้มีความหลากหลายมาก ยิ่งขึ้นจึงควรเลือกกลุ่มประชากรในการศึกษารั้งต่อไปในพื้นที่ที่แตกต่างจากเดิมหรือเปลี่ยนขนาดของกลุ่ม ประชากร จากเดิมให้มีพื้นที่และจำนวนประชากรที่มากขึ้นเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความแตกต่างกัน

3. ควรเลือกใช้เทคนิคในการวิจัย อาจจะนำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยวิธีการ อื่นเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น หรือการเลือกวิธีในการสุ่มตัวอย่างในรูปแบบอื่นที่ ครอบคลุมกลุ่มประชากรมากที่สุด เช่น เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น หรือสุ่มตัวอย่างแบบ เจาจะจง เพื่อให้ได้ผลที่มีความเฉพาะมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- กมลวรรณ สุขสมัย. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์การค้า. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- จุฬารพร ประสพสุข. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ ประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน), มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ชีสา โชติลดา คีติกา. (2559). ปัจจัยด้านทัศนคติและการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Products) ผ่าน ช่องทางออนไลน์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- นเรศ สุนทร. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ภานุพงศ์ จุลานพินธ์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ราชบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร

- รังสรรค์ สุธีสิริมงคล. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร Factors Influencing The Purchasing Decision of Bangkokians in the Digital era to Shop Online. สารนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม
- รังสีมา เป็ดทอง. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน), มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- รัตติกาล อิมเอม. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ฤทัยภัทร ทาว่อง. (2557). การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตลำปาง 1. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น