



Customer Satisfaction with Mobile Network Services Provided by Lao Telecommunications Public Company Limited in Luang Namtha Province

Phaivanh Outhensackda^{*1}, ChahueYangsansay¹, Sengla Onekeo²

Faculty of Economics and Tourism, Souphanouvong University, Lao PDR

Abstract

***Correspondence:** Phaivanh Outhensackda, Faculty of Economics and Tourism, Souphanouvong University, Tel : 02055600204
E-mail : Phaivanh-out@laotel.com

This study investigated customer satisfaction with mobile network services provided by Lao Telecommunications Public Company Limited (Lao Telecom), Luang Namtha Province Branch. The research employed a quantitative approach using a structured questionnaire to collect data from customers. A total of 400 questionnaires were distributed, and 385 valid responses were returned and analyzed according to the research objectives.

The findings revealed that overall customer satisfaction with Lao Telecom's mobile network services was at a high level, with a mean score of 4.01. Analysis of individual service dimensions showed that customers reported high levels of satisfaction across all six dimensions evaluated. Among these dimensions, tangibility received the highest satisfaction rating (mean = 4.11), followed by assurance (mean = 4.05), reliability (mean = 3.97), service location (mean = 3.95), empathy (mean = 3.92), and service process (mean = 3.92). The overall mean score across all service dimensions was 4.07, indicating that customers generally perceived the quality of mobile network services positively.

The results suggest that Lao Telecom has been successful in delivering services that meet customer expectations across various aspects of service quality. These findings may serve as useful information for management in maintaining service standards and developing strategies to further enhance customer satisfaction and competitiveness in the telecommunications sector.

Keywords: service quality; customer satisfaction; mobile network services; telecommunications; Lao Telecommunications Public Company Limited

Article Info:

Submitted: June 02, 2026

Revised: June 15, 2026

Accepted: June 29, 2026

1. ພາກສະເໜີ

ບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມ ມະຫາຊົນ ເປັນບໍລິສັດທຳອິດທີ່ໃຫ້ບໍລິການທາງດ້ານການສື່ສານໂທລະຄົມດ້ານເຄືອຂ່າຍໃຫ້ກັບສັງຄົມຢູ່ພາຍໃນປະເທດລາວ ເຊິ່ງເປັນອົງກອນທີ່ໃຫ້ບໍລິການລະບົບການສື່ສານໂທລະຄົມມະນາຄົມ ໃນທົ່ວປະເທດລາວ ໃນກ່ອນປີ ຄສ 1993 ສປປ ລາວ ໄດ້ດຳເນີນການຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງໃນການພັດທະນາການໃຫ້ບໍລິການ ລະບົບສື່ສານໂທລະຄົມມະນາຄົມ ແບບຄົບວົງຈອນ ຈົນມາຮອດປີ 2016 ໄດ້ມີການພັດທະນາລະບົບເຄືອຂ່າຍຂຶ້ນໃນຫຼາຍຮູບແບບ ເຊັ່ນ: ບໍລິການແອັບພິເຄຊັນ ໂທດ້ວຍສຽງ, ບໍລິການມືຖື 3G/4G ແລະ Carrier aggregate, 4G, 5G, Digital transformation, Coverage population ໂດຍຜ່ານລະບົບສັນຍານ ແລະ internet ເປັນຕົວຂັບເຄື່ອນເຮັດໃຫ້ລູກຄ້າສາມາດຫຼິ້ນໄດ້ຫຼາຍຮູບແບບເຊັ່ນ: ການສົ່ງຂໍ້ຄວາມ SMS, ໃຊ້ໂທທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ

Voice. Data (Telecommunications Public Company, 2023), ໃນທ້າຍປີ 2023 ທາງບໍລິສັດສາມາດບັນລຸໄດ້ໃນການສ້າງຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າຕໍ່ການໃຫ້ບໍລິການຂອງ ລາວໂທລະຄົມປະຈຳປີ 2023 ໄດ້ເຖິງ 92% ໂດຍມີສ່ວນແບ່ງການຕະຫຼາດຂອງໂທລະສັບມືຖືກວມເອົາ 57.56% (ເພີ່ມຂຶ້ນສະເລ່ຍ 4.47%) ແລະ ໃນປັດຈຸບັນສັນຍານໂທລະສັບມືຖືຄວບຄຸມໄດ້ທົ່ວປະເທດກວມເອົາປະຊາກອນ 77%), ເຄືອຂ່າຍອິນເຕີເນັດ FTTH ສາມາດຮອງຮັບ ໄດ້ເຖິງ 37% ຂອງຫຼັງຄາເຮືອນໃນທົ່ວປະເທດ ຖ້າສົມທົບໃສ່ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດສັງຄົມ 5 ປີ ຂອງລັດຖະບານກໍຄື ຂອງກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ ໃນການຂະຫຍາຍເຄືອຂ່າຍໃຫ້ໄດ້: 3G ກວມ 100% ແລະ 4G ກວມ 90% ຂອງປະຊາກອນ ເຊິ່ງບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມສາມາດຂະຫຍາຍເຄືອຂ່າຍ ກວມປະຊາກອນໄດ້ 77% ຖ້າທຽບໃສ່ແຜນການ ຂອງລັດຖະບານແມ່ນ 3G ປະຕິບັດໄດ້ 77% ຂອງ

ແຜນການ ແລະ 4G ປະຕິບັດໄດ້ 86% ຂອງແຜນການ ຜ່ານການ ຊົມໃຊ້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໄລຍະຜ່ານມາມີຜູ້ບໍລິໂພກຈຳນວນຫຼາຍເຫັນວ່າ ປະສົບບັນຫາ ແລະ ໄດ້ມີການຮຽກຮ້ອງຜ່ານລະບົບ Call center, Socail media ແລະ ຊ່ອງທາງອື່ນໆຊຶ່ງໃຫ້ເຫັນວ່າລະບົບສັນຍານ internet ຂອງລີສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມ ບໍ່ສະດວກ, ສັນຍານບໍ່ ປົກກະຕິເຮັດໃຫ້ການນຳໃຊ້ internet ບໍ່ສະດວກ, ຊ້າ, ມີການສະດຸດ ແລະ ມີຫຼາຍສະຖານທີ່ບໍ່ມີສັນຍານ, ສັນຍານຕໍ່າເວລານຳໃຊ້ມັກລຸດໃຊ້ ບໍ່ໄດ້, ຄຸນນະພາບຂອງເຄືອຂ່າຍບໍ່ຕອບສະໜອງຕາມຄວາມຄາດຫວັງ ຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າທີ່ໃຊ້ລະບົບເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບມືຖື (Telecommunications Public Company, 2023) ແລະ ແຂວງ ຫຼວງນ້ຳທາ ເປັນແຂວງໜຶ່ງທີ່ມີການຂະຫຍາຍດ້ານເສດຖະກິດ, ການ ຄ້າ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ ເຮັດໃຫ້ຄວາມຕ້ອງການໃນການໃຊ້ບໍລິການ ໂທລະສັບມືຖື ແລະ ອິນເຕີເນັດເພີ່ມຂຶ້ນຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ. ແຕ່ໃນບາງພື້ນທີ່ ຍັງພົບບັນຫາກ່ຽວກັບສັນຍານອ່ອນ, ອິນເຕີເນັດຊ້າ, ການຂາດຄວາມຕໍ່ ເນື່ອງໃນການໃຫ້ບໍລິການ ຫຼື ການຮັບຮອງລູກຄ້າທີ່ຍັງບໍ່ທັນຕໍ່ຄວາມ ຕ້ອງການ. ບັນຫາເຫຼົ່ານີ້ ອາດສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ ແລະ ຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າ. ສະນັ້ນ, ຄຸນນະພາບການບໍລິການດ້ານຄວາມ ເຊື່ອຖືໄດ້, ການຕອບສະໜອງ, ຄວາມໝັ້ນໃຈ, ຄວາມເຂົ້າໃຈລູກຄ້າ ແລະ ຮູບລັກສະນະທາງກາຍະພາບ ລ້ວນເປັນປັດໄຈສຳຄັນທີ່ມີຜົນຕໍ່ ຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າ (Kotler & Keller, 2016 ແລະ Lovelock & Wirtz: 2016).

ເພາະສະນັ້ນ, ບັນຫາເຫຼົ່ານັ້ນຈະມີຜົນກະທົບຫຼາຍຢ່າງບໍ່ວ່າທາງ ກົງ ຫຼື ທາງອ້ອມຕໍ່ຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍສະເພາະແມ່ນຜູ້ປະກອບການທຸລະ ກິດ, ການປະຕິບັດວຽກງານຂອງອົງກອນ ແລະ ລວມໄປເຖິງຜູ້ຊົມໃຊ້ ໃນພາກຄົວເຮືອນຕ່າງໆ. ສິ່ງເຫຼົ່ານັ້ນໝາຍເຖິງຄຸນນະພາບຂອງເຄືອ ຂ່າຍ, ຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການຂອງບໍລິສັດຕໍ່ສັງຄົມ, ຜູ້ບໍລິໂພກເຮັດ ໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກບໍ່ມີຄວາມເຝິງພໍໃຈ ແລະ ຢຸດໃຊ້ບໍລິການແລ້ວຫັນໄປນຳ ໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍອື່ນທີ່ມີຄຸນນະພາບທີ່ສູງກວ່າຈະສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ ການດຳເນີນທຸລະກິດຂອງບໍລິສັດ ໂທລະຄົມ ມະນາຄົມ ໃນໄລຍະສັ້ນ- ຍາວ, ເພາະສະນັ້ນ, ບໍລິສັດຈຶ່ງຄວນມີການສຶກສາຫາບັນຫາ, ສາເຫດ, ວິທີທາງແກ້ໄຂ ແລະ ຈັດຫາເຕັກນິກໃໝ່ໆ, ຜະລິດຕະພັນໃໝ່ໆທີ່ມີ ຄຸນນະພາບເຂົ້າມານຳໃຊ້ໃຫ້ສູງຂຶ້ນກວ່າເກົ່າເພີ່ມຄຸນນະພາບເຄືອຂ່າຍ ແລະ ການໃຫ້ບໍລິການໃນຮູບແບບຕ່າງໆ ສ້າງຄວາມເຝິງພໍໃຈໃຫ້ແກ່ຜູ້ ບໍລິໂພກເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກເກີດຄວາມພໍໃຈຕໍ່ການໃຊ້ບໍລິການຈະເປັນ ຜົນດີຕໍ່ບໍລິສັດໃນອະນາຄົດ ເພື່ອເປັນການຮັກສາລູກຄ້າເກົ່າໃຫ້ມີ ການນຳໃຊ້ຕໍ່ເນື່ອງ ແລະ ດຶງດູດລູກຄ້າໃໝ່ເຂົ້າມາຊົມໃຊ້ໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ.

ຈາກເຫດຜົນທີ່ກ່າວມາຂ້າງເທິງຜູ້ຄົນຄວ້າຈຶ່ງມີຄວາມສົນໃຈທີ່ ຈະສຶກສາພຶດຕິກຳຂອງລູກຄ້າໃນການໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບມືຖື ບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫຼວງນ້ຳທາ, ສຶກ

ສາລະດັບຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າຕໍ່ການໃຫ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບມືຖື ບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫຼວງນ້ຳທາ ແລະ ເພື່ອເປັນແນວທາງໃນການປັບປຸງ ແລະ ພັດທະນາຄຸນນະພາບການໃຫ້ ບໍລິການໃຫ້ດີຂຶ້ນ ອັນຈະສົ່ງຜົນໃຫ້ລູກຄ້າເກີດຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ ແລະ ເລືອກ ໃຊ້ບໍລິການຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການ

2.1 ປະຊາກອນ ແລະ ກຸ່ມຕົວຢ່າງ

ປະຊາກອນທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການຄົ້ນຄວ້າ ແມ່ນລູກຄ້າທີ່ໃຊ້ບໍລິການເຄືອ ຂ່າຍໂທລະສັບມືຖືຂອງບໍລິສັດ ລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມ ມະຫາຊົນ ໃນຂອບ ເຂດແຂວງຫຼວງນ້ຳທາ ປະກອບມີ 5 ເມືອງ ໄດ້ແກ່: ເມືອງຫຼວງນ້ຳທາ, ເມືອງສິງ, ເມືອງລອງ, ເມືອງນາແລ ແລະ ເມືອງວຽງພູຄາ ໄດ້ມີລູກຄ້າທີ່ໃຊ້ ບໍລິການຈຳນວນທັງໝົດ 268,014 ຄົນ. ກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການ ຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ຜູ້ສຶກສາໄດ້ນຳໃຊ້ວິທີຄິດໄລ່ຈຳນວນກຸ່ມຕົວຢ່າງ ກໍລະນີຮູ້ຂະໜ າດຂອງປະຊາກອນຕາມແບບ ຂອງທາໂລຍາ ມາເນ (Yamane, 1973) ທີ່ ລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 95% ຫຼື ລະດັບຄວາມສຳຄັນ 5% ຈຶ່ງສາມາດກຳນົດ ກຸ່ມຈຳນວນປະຊາກອນຕົວຢ່າງໄດ້ ຈຳນວນ 400 ຄົນ ຊຶ່ງມີສູດໃນການຄິດ ໄລ່ດັ່ງນີ້.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ຂະໜາດຂອງກຸ່ມຕົວຢ່າງລູກຄ້າທີ່ໃຊ້ບໍລິການ

N = ຈຳນວນລູກຄ້າເປົ້າໝາຍທັງໝົດ (N = 268,014)

e = ຄວາມຄາດເຄື່ອນ ຂອງກຸ່ມຕົວຢ່າງ

(e = 0.05)

ແທນຄ່າໃສ່ສຸດ:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{268,014}{1 + 268,014(0.05)^2} = 399.40 \approx 400 \text{ ຄົນ}$$

ສະນັ້ນ, ກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ໃຊ້ໃນການຄົ້ນຄວ້າແມ່ນ 400 ຄົນ

2.2 ເຄື່ອງມືໃນການເກັບຂໍ້ມູນ

ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການເກັບຂໍ້ມູນຄັ້ງນີ້ ແມ່ນນຳໃຊ້ແບບສອບຖາມ ອອນລາຍ ເຊິ່ງໄດ້ລວບລວມເອົາທິດສະດີ ແລະ ເອກະສານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເພື່ອມາສ້າງເປັນແບບສອບຖາມ ໂດຍໃຊ້ຄຳຖາມແບບເລືອກຕອບຕາມ ລາຍການ (Check List), ເລືອກຕອບຕາມລາຍການໂດຍການດັດປັບ ຈາກຄຳຖາມຄົ້ນຄວ້າຂອງ (Oliver, 1997; Armstrong & Kotler, 2017; and

Parasuraman et al., 1988). ຈາກນັ້ນໄດ້ນຳເອົາແບບສອບຖາມໄປ ຜ່ານຜູ້ຊ່ຽວຊານ 3 ທ່ານເພື່ອກວດສອບຄວາມສອດຄ່ອງຂອງຄຳຖາມໃນ ແຕ່ລະຂໍ້ ເຊິ່ງເຫັນວ່າຄ່າ (IOC)ຂອງແຕ່ລະຄຳຖາມແມ່ນຢູ່ໃນລະຫວ່າງ 0.66-1.00 ແລະ ມີຄ່າຄວາມນ້ຳເຊື່ອຖືຂອງເຄື່ອງມື (Cronbach's Alpha) ເທົ່າ 0.930 ເຊິ່ງແບບສອບຖາມປະກອບມີ 4 ສ່ວນ ດັ່ງນີ້:

2.3 ວິທີການເກັບກຳຂໍ້ມູນ

ຜູ້ຄົນຄວາມໄດ້ສິ່ງແບບສອບຖາມຈຳນວນ 400 ສະບັບຜ່ານໝາຍເລກໂທລະສັບຂອງລູກຄ້າຜູ້ໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມມະຫາຊົນ ແຂວງຫຼວງນ້ຳທາໃນ 5 ເມືອງ ໂດຍໃຊ້ເວລາ 2 ອາທິດ ແລະໄດ້ຮັບການຕອບແບບສອບຖາມກັບມາໄດ້ພຽງແຕ່ 385 ສະບັບ ກວມເອົາ 96,25% ດັ່ງຕາຕະລາງທີ 1.

2.4 ວິທີວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ ແມ່ນນຳໃຊ້ສະຖິຕິຜັນລະນາ (Hair, 2019) ແລະ ໄດ້ນຳໃຊ້ໂປຼແກຼມ SPSS ເພື່ອວິເຄາະຫາຄ່າສະເລ່ຍ (Mean) ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ (S.D).

ການກຳນົດລະດັບຊ່ວງຄວາມໝາຍ ຊຶ່ງສາມາດແບ່ງລະດັບຊ່ວງຄວາມໝາຍເປັນ 5 ຊ່ວງຄວາມໝາຍ (Malhotra: 2018 ແລະ Ronin & Taylor: 1992) ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

ຄ່າສະເລ່ຍ	ການຕີຄວາມໝາຍ ຫຼື ແປຜົນ
4.21-5.00	ຄວາມພໍໃຈ ຫຼາຍທີ່ສຸດ
3.41-4.20	ຄວາມພໍໃຈ ຫຼາຍ
2.61-3.40	ຄວາມພໍໃຈ ປານກາງ
1.81-2.60	ຄວາມພໍໃຈ ໜ້ອຍ
1.00-1.80	ຄວາມພໍໃຈ ໜ້ອຍທີ່ສຸດ

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

3.1 ຜົນການສຶກສາພົບວ່າລູກຄ້າຮູ້ການໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບມືຖື ບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫຼວງນ້ຳທາສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນມີການຮັບຮູ້ລາຍລະອຽດກ່ຽວກັບລະບົບມາຈາກອິນເຕີເນັດ ເຊິ່ງກວມເອົາ 48.7%, ຜູ້ທີ່ ຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການດ້ວຍຕົນເອງ ກວມເອົາ 57.9%, ຜູ້ທີ່ນຳໃຊ້ເບີຂອງລາວໂທລະຄົມມາແລ້ວ ຫຼາຍກວ່າ 2 ປີ 59.0%, ເຫດຜົນທີ່ເລືອກໃຊ້ເບີຂອງລາວໂທລະຄົມແມ່ນຍ້ອນຄຸນນະພາບ ແລະ ສັນຍານດີ ກວມເອົາ 48.3%, ຮູບແບບການໃຊ້ບໍລິການຂອງລູກຄ້າແມ່ນໃຊ້ໂທ ກວມເອົາ 49.9%, ມີຄວາມຖີ່ໃນການນຳໃຊ້ແມ່ນນຳໃຊ້ຫຼາຍກວ່າ 5 ຄັ້ງຕໍ່ມື້ ກວມເອົາ 62.9%, ຈຸດປະສົງການໃຊ້ບໍລິການສ່ວນໃຫຍ່ໃຊ້ໃນວຽກງານ ຫຼື ທຸລະກິດ ກວມເອົາ 57.7%, ປະເພດທີ່ເລືອກໃຊ້ບໍລິການ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນ ເບີມືຖື ຕື່ມເງິນ ກວມເອົາ 65.2%, ໃນການໃຊ້ບໍລິການສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຕໍ່ເດືອນຢູ່ລະຫວ່າງ 50,000-100,000 ກີບ ກວມເອົາ 44.7%, ຊ່ວງເວລາທີ່ລູກຄ້າໃຊ້ບໍລິການແມ່ນ 16:01-20:00 ໂມງ ກວມເອົາ 33.1%, ຊ່ອງທາງຊຳລະຄ່າບໍລິການສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນ ຕື່ມເງິນອອນໄລ ກວມເອົາ 42.9%, ຜິດຕິກຳການໃຊ້ບໍລິການຂອງລູກຄ້າໃນອານາຄົດແມ່ນມີທ່າອ່ຽງທີ່ຈະສືບຕໍ່ໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍ ກວມເອົາ 94.8% ແລະ ບໍ່ສືບຕໍ່ໃຊ້ບໍລິການ ກວມເອົາ 5.2% ແລະ ມີທ່າອ່ຽງທີ່ຈະແນະນຳໃຫ້ຄົນທີ່ຮູ້ຈັກມາໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບມືຖື ກວມເອົາ 92.7% ແລະ ບໍ່ແນະນຳ ມີຈຳນວນ ກວມເອົາ 7.3% (ຕາຕະລາງ 2)

3.2 ຜົນການສຶກສາລະດັບຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າຕໍ່ການໃຫ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບມືຖື ບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມສາຂາແຂວງຫຼວງນ້ຳທາ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ: ລູກຄ້າມີຄວາມພໍໃຈຕໍ່ການໃຫ້ບໍລິການດ້ານຄວາມເປັນຮູບປະທຳດ້ານການໃຫ້ບໍລິການ (Tangibility) ໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X} = 4.11$) ເມື່ອພິຈາລະນາແຕ່ລະຂໍ້ຍ້ອຍເຫັນວ່າ ລູກຄ້າມີຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍເຊັ່ນກັນ. ໃນນີ້, ຂໍ້ທີ່ມີຄ່າສະເລ່ຍຫຼາຍທີ່ສຸດຫາຕໍ່ສຸດຕາມລຳດັບຄື: ຄວາມຊຳນານໃນການໃຫ້ບໍລິການຂອງພະນັກງານ ($\bar{X} = 4.22$, S.D = 0.75); ຄວາມເໝາະສົມຂອງສຳນັກງານ, ສະຖານທີ່ໃຫ້ບໍລິການລູກຄ້າ ($\bar{X} = 4.16$, S.D = 0.88); ຄວາມທັນສະໄໝຂອງເຄື່ອງມື, ອຸປະກອນ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີທີ່ໃຊ້ການບໍລິການລູກຄ້າ ($\bar{X} = 4.14$, S.D = 0.78); ຄວາມຫຼາກຫຼາຍຊ່ອງທາງການເຂົ້າເຖິງລູກຄ້າ, ຮ້ານຕົວແທນຈຳໜ່າຍ ($\bar{X} = 4.06$, S.D = 0.94); ຄວາມເໝາະສົມຂອງລາຄາຄ່າການໃຫ້ບໍລິການ ($\bar{X} = 4.06$, S.D = 0.94); ລຳດັບສຸດທ້າຍຄວາມສະດວກ ແລະ ວ່ອງໄວການໃຫ້ບໍລິການລູກຄ້າ ($\bar{X} = 4.05$, S.D = 0.85) (ຕາຕະລາງ 3).

ດ້ານຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື (Reliability) ໂດຍລວມແລ້ວລູກຄ້າມີຄວາມພໍໃຈຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X} = 3.97$) ເມື່ອພິຈາລະນາແຕ່ລະຂໍ້ຍ້ອຍເຫັນວ່າ ລູກຄ້າມີຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍເຊັ່ນກັນ. ໃນນີ້, ຂໍ້ທີ່ມີຄ່າສະເລ່ຍຫຼາຍທີ່ສຸດຫາຕໍ່ສຸດຕາມລຳດັບຄື: ບໍລິສັດມີໃບຢັ້ງຢືນດ້ານບໍລິການໄດ້ມາດຕະຖານສາກົນ (ISO) ($\bar{X} = 4.14$, S.D = 0.92) ; ການສະໜອງຂໍ້ມູນລະອຽດຂອງການບໍລິການໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າຂອງພະນັກງານ ($\bar{X} = 4.08$, S.D = 0.91); ມີລາຍລະອຽດໃນການຊຳລະຄ່າບໍລິການແຕ່ລະແຜ່ນກເກັດ ($\bar{X} = 3.92$, S.D = 0.83); ຄວາມປອດໄພໃນການໃຫ້ບໍລິການດ້ານເສລີດຕະພັນ ($\bar{X} = 3.88$, S.D = 1.02); ຄວາມຊັດເຈນໃນການແຈ້ງລາຍລະອຽດຂອງອັດຕາຄ່າບໍລິການ ($\bar{X} = 3.87$, S.D = 0.85) (ຕາຕະລາງ 4).

ດ້ານສະຖານທີ່ໃຫ້ບໍລິການ ໂດຍລວມລູກຄ້າມີຄວາມພໍໃຈຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X} = 3.95$) ເມື່ອພິຈາລະນາແຕ່ລະຂໍ້ຍ້ອຍເຫັນວ່າ ລູກຄ້າມີຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍເຊັ່ນກັນ ໃນນີ້, ຂໍ້ທີ່ມີຄ່າສະເລ່ຍຫຼາຍທີ່ສຸດຫາຕໍ່ສຸດຕາມລຳດັບຄື: ຄວາມສຸພາບຂອງພະນັກງານທີ່ໃຫ້ບໍລິການ ($\bar{X} = 4.09$, S.D = 0.8); ຄວາມເໝາະສົມຂອງເວລາໃນການໃຫ້ບໍລິການ ($\bar{X} = 4.07$, S.D = 0.85); ຄວາມສະດວກສະບາຍຈາກການມາໃຊ້ບໍລິການ ($\bar{X} = 4.02$, S.D = 0.90); ຄວາມວ່ອງໄວທັນໃຈໃນການໃຫ້ບໍລິການຂອງພະນັກງານແກ່ລູກຄ້າ ($\bar{X} = 3.79$, S.D = 0.83); ແລະ ລຳດັບສຸດທ້າຍ ມີການແກ້ໄຂບັນຫາດ້ວຍຄວາມຖືກຕ້ອງ, ວ່ອງໄວ ແລະ ເປັນທີ່ໜ້າເພິ່ງພໍໃຈໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ ($\bar{X} = 3.80$, S.D = 0.84) (ຕາຕະລາງ 5).

ດ້ານການໃຫ້ຄວາມໝັ້ນໃຈ (Assurance) ໂດຍລວມລູກຄ້າມີຄວາມພໍໃຈຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X} = 4.05$) ເມື່ອພິຈາລະນາແຕ່ລະຂໍ້ຍ້ອຍ

ເຫັນວ່າ: ລູກຄ້າມີຄວາມເຝັ້ງໄມ້ໃຈຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍເຊັ່ນກັນ ໃນນີ້, ຂໍ້ທີ່ມີຄ່າສະເລ່ຍຫຼາຍທີ່ສຸດຫາຕໍ່ສຸດຕາມລຳດັບຄື: ຄວາມເຕັມໃຈຂອງ ຜະນົກງານໃນການຕອບຄຳຖາມ ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນຢ່າງ ຖືກຕ້ອງ ແລະ ຊັດເຈນ ($\bar{X} = 4.17$, $S.D = 0.84$); ຄວາມຮູ້-ຄວາມສາມາດຂອງຜະນົກງານ ໃນການໃຫ້ຄຳປຶກສາ ແລະ ແກ້ໄຂ ບັນຫາຕ່າງໆຂອງລູກຄ້າໄດ້ວ່ອງໄວ ($\bar{X} = 4.10$, $S.D = 0.92$); ລະບົບການກວດສອບຂໍ້ມູນທີ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ມີປະສິດທິພາບຂອງບໍລິສັດ ($\bar{X} = 4.10$, $S.D = 0.80$); ຄວາມຍື່ມແຍ້ມແຈ່ມໃສຂອງຜະນົກງານໃນການໃຫ້ບໍລິການ ($\bar{X} = 4.05$, $S.D = 0.93$); ແລະ ລຳດັບສຸດທ້າຍ ຄວາມເຕັມໃຈຂອງ Call Center ໃນການຕອບຄຳຖາມ ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນ ຢ່າງຖືກຕ້ອງໃນຕະຫຼອດ 24 ຊົ່ວໂມງ ($\bar{X} = 3.87$, $S.D = 0.86$) (ຕາຕະລາງ 6).

ໃນດ້ານຄວາມເຂົ້າໃຈ ແລະ ໃສ່ໃຈລູກຄ້າ (Empathy) ໂດຍລວມລູກຄ້າມີຄວາມພໍໃຈຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X} = 3.92$) ເມື່ອພິຈາລະນາແຕ່ລະຂໍ້ຍ່ອຍເຫັນວ່າ ລູກຄ້າມີຄວາມເຝັ້ງໄມ້ໃຈຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍເຊັ່ນກັນ ໃນນີ້, ຂໍ້ທີ່ມີຄ່າສະເລ່ຍຫຼາຍທີ່ສຸດຫາຕໍ່ສຸດຕາມລຳດັບຄື: ການຈັດຫາຮູບແບບບໍລິການໃໝ່ໆ ເພື່ອຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ ($\bar{X} = 4.06$, $S.D = 0.90$); ຄວາມເອື້ອອາທອນ ແລະ ມີນ້ຳໃຈໃນການໃຫ້ບໍລິການລູກຄ້າທຸກເພດ ທຸກໄວເທົ່າທຽມກັນຂອງຜະນົກງານ ($\bar{X} = 3.92$, $S.D = 0.78$); ຜະນົກງານໃຫ້ບໍລິການສະແດງຄວາມສະນິດສະໜີມເຂົ້າໃຈ ແລະ ໃສ່ໃຈບັນຫາທີ່ລູກຄ້າຕ້ອງການ ($\bar{X} = 3.86$, $S.D = 0.79$); ແລະ ລຳດັບສຸດທ້າຍຜະນົກງານມີຄວາມໃສ່ໃຈໃນຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ ($\bar{X} = 3.84$, $S.D = 0.78$) (ຕາຕະລາງ 7).

ດ້ານຂະບວນການໃຫ້ບໍລິການ ໂດຍລວມແລ້ວລູກຄ້າມີຄວາມພໍໃຈຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X} = 4.07$) ເມື່ອພິຈາລະນາແຕ່ລະຂໍ້ຍ່ອຍເຫັນວ່າ ລູກຄ້າມີຄວາມເຝັ້ງໄມ້ໃຈຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍເຊັ່ນກັນ. ໃນນີ້ຄວາມພໍໃຈທີ່ມີຄ່າສະເລ່ຍຫຼາຍທີ່ສຸດຫາຕໍ່ສຸດຕາມລຳດັບຄື: ຄວາມສະດວກໃນການເຕີມເງິນ ແລະ ຊຳລະເງິນຜ່ານບັນຊີທະນາຄານ ($\bar{X} = 4.20$, $S.D = 0.82$); ລະບົບເຄືອຂ່າຍມີນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີໃໝ່ໆ ທີ່ທັນຍຸກທັນສະໄໝ ($\bar{X} = 4.10$, $S.D = 0.88$); ຂະບວນການໃຫ້ຄຳປຶກສາ ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນຜ່ານອິນເຕີເນັດຕະຫຼອດ 24 ຊົ່ວໂມງ ($\bar{X} = 4.10$, $S.D = 0.88$); ຂະບວນການໃຫ້ຄຳປຶກສາ ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນຜ່ານ Call Center ຕະຫຼອດ 24 ຊົ່ວໂມງ ($\bar{X} = 4.02$, $S.D = 0.93$); ແລະ ລຳດັບສຸດທ້າຍ ຂະບວນການແກ້ໄຂບັນຫາເຄືອຂ່າຍຂັດຂ້ອງ ດ້ວຍຄວາມວ່ອງໄວ ແລະ ທັນຕໍ່ການໃຊ້ງານ ($\bar{X} = 3.96$, $S.D = 1.00$) (ຕາຕະລາງ 8).

ຜົນການສຶກສາຄວາມພໍໃຈ ຂອງລູກຄ້າຕໍ່ການໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍມືຖືຂອງ ບໍລິສັດ ລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມ ມະຫາຊົນ ແຂວງຫຼວງນ້ຳທາ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ແລະ ເມື່ອພິຈາລະນາເປັນຫຼາຍດ້ານເຫັນວ່າ ລູກຄ້າມີຄວາມເຝັ້ງໄມ້ໃຈ ຢູ່ ໃນລະດັບຫຼາຍ ທັງ 6 ດ້ານ, ຄວາມເຝັ້ງໄມ້ໃຈໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບ ($\bar{X} = 4.01$) ເຊິ່ງຂໍ້ທີ່ມີຄ່າສະເລ່ຍແຕ່ຫຼາຍຫນ້ອຍສຸດ

ຕາມລຳດັບມີຄື: ດ້ານຄວາມເປັນຮູບປະທຳດ້ານການໃຫ້ບໍລິການ (Tangibility) ໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X} = 4.11$), ດ້ານ ຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື (Reliability) ໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X} = 3.97$), ດ້ານການຕອບສະໜອງໃຫ້ກັບລູກຄ້າ (Responsiveness) ໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X} = 3.95$), ດ້ານການໃຫ້ຄວາມໝັ້ນໃຈ (Assurance) ໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X} = 4.05$), ດ້ານຄວາມເຂົ້າໃຈ ແລະ ໃສ່ໃຈລູກຄ້າ (Empathy) ໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X} = 3.92$), ດ້ານຂະບວນການໃຫ້ບໍລິການ ໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X} = 4.07$) (ຕາຕະລາງ 9).

3.3 ແນວທາງການປັບປຸງການໃຫ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບມືຖືບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫຼວງນ້ຳທາ.

ຈາກການສຶກສາ ພົບວ່າ ຜູ້ບໍລິການສ່ວນຫຼາຍແມ່ນສະເໜີໃຫ້ປັບປຸງ ຄຸນນະພາບສັນຍານ: ເພີ່ມສະຖານີສົ່ງສັນຍານ (Tower) ໃນເຂດຊົນນະບົດ, ແກ້ໄຂບັນຫາສັນຍານອ່ອນ / ຂາດຫາຍ, ພັດທະນາ 4G/5G ໃຫ້ຄອບຄຸມຫຼາຍຂຶ້ນ; ເພີ່ມຄວາມໄວເນັດໃຫ້ເໝາະສົມ, ຫຼຸດການຫຍຸ້ງຍາກ (lag) ແລະ ເນັດຊ້າ, ປັບປຸງເຄືອຂ່າຍໃນເວລາທີ່ມີຜູ້ໃຊ້ຫຼາຍ; ຜະນົກງານໃຫ້ບໍລິການຢ່າງສຸພາບ ແລະ ຮວດເລັ່ງ, ເພີ່ມຊ່ອງທາງຕິດຕໍ່ (Call center, online), ແກ້ໄຂບັນຫາໃຫ້ລູກຄ້າໄດ້ທັນເວລາ; ສ້າງແຜັກເກັດເນັດທີ່ຫຼາກຫຼາຍ, ລາຄາຖືກ ແລະ ເໝາະສົມກັບນັກຮຽນ/ປະຊາຊົນ, ມີໂປຣໂມຊັນສິດໃໝ່ເປັນປະຈຳ; ມີແອັບພິເຄຊັນໃຫ້ກວດສອບຍອດເງິນ / ແຜັກເກັດ, ຊຳລະເງິນອອນລາຍໄດ້ງ່າຍ, ແຈ້ງເຕືອນການໃຊ້ງານແບບ real-time; ເຮັດແບບສຳຫຼວດຄວາມພໍໃຈ, ເປີດຮັບຄຳຮ້ອງຮຽນ ແລະ ຂໍ້ແນະນຳ, ນຳຜົນ feedback ໄປປັບປຸງຈິງ; ແລະ ຫຼຸດການຂາດສັນຍານ, ມີລະບົບສຳຮອງ (backup system), ຮັບປະກັນໃຊ້ງານໄດ້ຕໍ່ເນື່ອງ.

4. ວິພາກຜົນ

ພຶດຕິກຳລູກຄ້າຜູ້ຊົມໃຊ້ ເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບມືຖື ບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫຼວງນ້ຳທາ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນມີການຮັບຮູ້ລາຍລະອຽດກ່ຽວກັບລະບົບມາຈາກອິນເຕີເນັດສື່ອອນລາຍ, ລູກຄ້າຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການດ້ວຍຕົນເອງ ແລະ ໃຊ້ຫຼາຍກວ່າ 2 ປີ ຍ້ອນຄຸນນະພາບ ແລະ ສັນຍານດີ, ພຶດຕິກຳໃນການໃຊ້ງານຂອງລູກຄ້າແມ່ນເພື່ອໃຊ້ໂທ ເຊິ່ງໃຊ້ຫຼາຍກວ່າ 5 ຄັ້ງຕໍ່ມື້, ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນໃຊ້ເປັນເປີມືຖືເພື່ອປະສານງານວຽກງານ ແລະ ດຳເນີນທຸລະກິດໂດຍມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຕໍ່ເດືອນຢູ່ລະຫວ່າງ 50,000-100,000 ກີບ ເຊິ່ງ ຊຳລະຄ່າບໍລິການສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນ ຕື່ມເງິນທາງອອນລາຍ, ເຊິ່ງສັງເກດເຫັນວ່າພຶດຕິກຳການໃຊ້ບໍລິການຂອງລູກຄ້າໃນອານາຄົດແມ່ນມີທ່າອ່ຽງທີ່ຈະສືບຕໍ່ໃຊ້ບໍລິການ ແລະ ແນະນຳຄົນຮູ້ຈັກມາໃຊ້ບໍລິການ. ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການວິໄຈ ຂອງ **ສີຫາວົງ** (2022) ພົບວ່າ: ການນຳໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບມືຖືບໍລິສັດ ລາວໂທລະຄົມ ປະເພດເປີມືຖືຕື່ມເງິນ, ເຫດຜົນທີ່ເລືອກໃຊ້ຂຶ້ນກັບຄຸນນະພາບ, ສັນຍານດີ, ລາຄາຄ່າບໍລິການດີ. ນອກນີ້ Sipaseuth et

al., (2025) ຍັງພົບວ່າ ການຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການອິນເຕີເນັດ Fiber to the Home ພົບວ່າ: ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນສືບຕໍ່ໃຊ້ບໍລິການແນ່ນອນ ແລະ ການຕັດສິນໃຈແນະນຳບຸກຄົນອື່ນໆ ນຳໃຊ້ບໍລິການອິນເຕີເນັດ Fiber To The Home ຂອງບໍລິສັດໃນອະນາຄົດຂອງລູກຄ້າ ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນຈະແນະນຳແນ່ນອນ ໂດຍມີການໃຫ້ເຫດຜົນວ່າຍ້ອນເປັນເຄື່ອງຂາຍທີ່ມີຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື ແລະ ຜົນການສຶກສາຍັງມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບຜົນການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Phuphantrakul & Feongkeaw (2022) ພົບວ່າ: ພຶດຕິກຳການໃຊ້ບໍລິການຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການຮ້ານຕູ່ໂທລະສັບເຄື່ອນທີ່ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນໃຊ້ບໍລິການຮ້ານຕູ່ໂທລະສັບເຄື່ອນທີ່ 1 ຄັ້ງຕໍ່ເດືອນ, ລັກສະນະການໃຊ້ບໍລິການສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຕິດພັນກັບຮອຍ, ມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການໃຊ້ບໍລິການຕໍ່ຄັ້ງ 100-500 ບາດ, ເລືອກສະຖານທີ່ທີ່ໃຊ້ບໍລິການແມ່ນຮ້ານຕູ່ໃນທ້ອງຖິ່ນຊັບພະສິນຄ້າ, ເຫດຜົນໃນການໃຊ້ບໍລິການແມ່ນເລືອກລາຄາເໝາະສົມກັບການໃຊ້ບໍລິການ ແລະ ບຸກຄົນທີ່ມີອິທິພົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການແມ່ນພະນັກງານ.

2) ຜົນການສຶກສາລະດັບຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າຕໍ່ການໃຫ້ບໍລິການເຄື່ອງຂາຍໂທລະສັບມືຖື ບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫລວງນ້ຳທາ ພົບວ່າ: ໂດຍພາບລວມທັງ 6 ດ້ານຂອງການບໍລິການແມ່ນລູກຄ້າມີຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທັງໝົດ ເຊິ່ງສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນວ່າ: ບໍລິສັດ ລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມ ສາຂາແຂວງຫລວງນ້ຳທາ ສາມາດຮັກສາມາດຕະຖານການບໍລິການຕາມແນວຄິດ SERVQUAL (ຄວາມເພິ່ງພໍໃຈໃນການບໍລິການ) ໄດ້ເປັນຢ່າງດີ. ການທີ່ທຸກດ້ານໄດ້ຮັບຄະແນນໃນລະດັບຫຼາຍ ສະແດງເຖິງຄວາມສົມດຸນໃນການບໍລິຫານຈັດການ ທັງໃນດ້ານບຸກຄະລາກອນ, ລະບົບເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ຂະບວນການພາຍໃນ ແລະ ມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບ ຈະຣັດຜັນ (2014) ຜົນການສຶກສາ ພົບວ່າ: ລະດັບຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຂອງລູກຄ້າຕໍ່ການໃຫ້ບໍລິການ ແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ໄດ້ແກ່: ດ້ານການໃຫ້ຄວາມໝັ້ນໃຈໃຫ້ກັບຜູ້ຮັບບໍລິການ, ດ້ານຄວາມເຫັນອີກເຫັນໃຈຂອງຜູ້ຮັບບໍລິການ, ດ້ານຄວາມເປັນຮູບປະທຳຂອງການບໍລິການ ດ້ານຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື ໄວ້ວາງໃຈໃນການບໍລິການ ແລະ ດ້ານການຕອບສະໜອງຕໍ່ຜູ້ບໍລິໂພກ. ເຊິ່ງຜົນການສຶກສາແມ່ນບໍ່ມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ ພິມພາວົງ (2016) ໂດຍຜົນການສຶກສາ ພົບວ່າ: ລູກຄ້າມີຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຕໍ່ດ້ານຜະລິດຕະພັນໃນລະດັບປານກາງ ໃນນັ້ນລູກຄ້າມີຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຫຼາຍກວ່າໝູ່ແມ່ນມີບໍລິການເສີມທີ່ຫຼາກຫຼາຍ, ລູກຄ້າມີຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຕໍ່ດ້ານລາຄາ, ດ້ານຊ່ອງທາງຈັດຈຳໜ່າຍ ແລະ ດ້ານສິ່ງເສີມການຂາຍ ໃນນັ້ນມີຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຫຼາຍກວ່າໝູ່ ແມ່ນມີການແຈ້ງລາຍລະອຽດກ່ຽວກັບລາຄາການໃຊ້ບໍລິການຢ່າງຊັດເຈນ, ຄວາມສະດວກ, ສະບາຍ ແລະ ວ່ອງໄວໃນການໃຊ້ບໍລິການ, ໂປຣໂມຊັນຂຸດບັດລຸ້ນໂຊກ ແລະ ມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບ Sipaseuth et al., (2025) ຜົນການຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ: ແລະ ໂດຍລວມແລ້ວມີຄວາມພໍໃຈຕໍ່ການໃຫ້ບໍລິການ

ອິນເຕີເນັດຂອງບໍລິສັດຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ແລະ ຄວາມຄິດເຫັນຂອງລູກຄ້າທີ່ມີຕໍ່ຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການອິນເຕີເນັດ Fiber To The Home ຂອງບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມ ມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫຼວງພະບາງ ພົບວ່າ ໂດຍລວມແລ້ວວ່າການໃຫ້ບໍລິການອິນເຕີເນັດ Fiber To The Home ຂອງບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫຼວງພະບາງແມ່ນມີຄຸນນະພາບໃນລະດັບດີ ເຊິ່ງໃນນີ້ດ້ານທີ່ມີຄວາມຄິດເຫັນວ່າມີຄຸນນະພາບໃນລະດັບໃນລຳດັບທຳອິດແມ່ນດ້ານຄວາມເປັນຮູບປະທຳ (Tangibles), ຮອງລົງມາແມ່ນດ້ານຄວາມໜ້າເຊື່ອຖືໄວ້ວາງໃຈ, ຖັດມາແມ່ນດ້ານຄວາມເອົາໃຈໃສ່ໃນການບໍລິການ, ດ້ານການຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ລຳດັບສຸດທ້າຍແມ່ນດ້ານຄວາມເຊື່ອໝັ້ນໃນການບໍລິການ.

ດ້ານຄວາມເປັນຮູບປະທຳຂອງການບໍລິການ (Tangibility) ແລະ ຂະບວນການ (Process) ເປັນສອງດ້ານທີ່ລູກຄ້າໃຫ້ຄວາມພໍໃຈສູງທີ່ສຸດ ໂດຍຈຸດທີ່ເດັ່ນຊັດແມ່ນຄວາມຊຳນານຂອງພະນັກງານ ແລະ ຄວາມສະດວກໃນການເຕີມເງິນ/ຊຳລະເງິນຜ່ານບັນຊີທະນາຄານ. ຜົນລັກສະນະນີ້ມັກຈະສອດຄ່ອງກັບບົດຄົ້ນຄວ້າໃນຍຸກປັດຈຸບັນ (Digital Era) ທີ່ພົບວ່າ: ພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກມີຄວາມຜູກພັນກັບລະບົບການເຮັດທຸລະກຳອອນໄລນ໌ (Fintech). ການທີ່ບໍລິສັດສາມາດເຊື່ອມໂຍງການຊຳລະເງິນຜ່ານລະບົບທະນາຄານໄດ້ຢ່າງຮາບຮື້ນ ບວກກັບການມີພະນັກງານທີ່ມີຄວາມຊຳນານຢູ່ໜ້າວຽກ, ເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມປະທັບໃຈໃນການບໍລິການທັນທີ (First Impression) ເຊິ່ງເປັນປັດໄຈຫຼັກໃນການສ້າງຄວາມຈິງຮັກຝັກດີຂອງລູກຄ້າ. ດ້ານຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື (Reliability) ແລະ ຄວາມເຂົ້າໃຈ/ໃສ່ໃຈລູກຄ້າ (Empathy): ເຖິງວ່າຈະຢູ່ໃນເກນ "ຫຼາຍ" ແຕ່ກໍເປັນດ້ານທີ່ມີລະດັບຄວາມພໍໃຈຕໍ່າກວ່າດ້ານອື່ນໆ ເມື່ອປຽບທຽບພາຍໃນບົດສຶກສາດຽວກັນ. ໃນດ້ານຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື, ຂໍ້ທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈນ້ອຍກວ່າໝູ່ແມ່ນຄວາມຊັດເຈນໃນການແຈ້ງອັດຕາຄ່າບໍລິການ. ສ່ວນດ້ານຄວາມເຂົ້າໃຈລູກຄ້າ, ຂໍ້ທີ່ມີຄະແນນຮອງລົງມາແມ່ນຄວາມໃສ່ໃຈໃນຄວາມຕ້ອງການສະເພາະຂອງລູກຄ້າ. ຂໍ້ສັງເກດເພື່ອການປຽບທຽບ: ປະເດັນນີ້ມັກຈະແຕກຕ່າງຈາກບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງບໍລິສັດໂທລະຄົມມະນາຄົມຂະໜາດໃຫຍ່ໃນຕົວເມືອງທີ່ມັກຈະມີບັນຫາດ້ານ "ຄວາມໄວຂອງເຄື່ອງຂາຍ". ແຕ່ສຳລັບສາຂາແຂວງຫຼວງນ້ຳທາ, ບັນຫາບໍ່ໄດ້ຢູ່ທີ່ໂຕເຕັກໂນໂລຊີ (ເນື່ອງຈາກດ້ານເຕັກໂນໂລຊີໃໝ່ໆ ໄດ້ຄະແນນສູງ), ແຕ່ກັບໄປຕົກຢູ່ທີ່ "ການສື່ສານຂໍ້ມູນ" (Information Transparency). ລູກຄ້າອາດຈະຮູ້ສຶກວ່າແຜ່ກເກັດ ຫຼື ຄ່າບໍລິການມີຄວາມຊັບຊ້ອນ ແລະ ບໍ່ຊັດເຈນ. ນອກຈາກນີ້, ການບໍລິການໃນຕ່າງແຂວງ ລູກຄ້າອາດຈະຄາດຫວັງການດູແລທີ່ເປັນກັນເອງ ແລະ ເຂົ້າເຖິງງ່າຍ (Personalized Service) ຫຼາຍກວ່າ, ຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ຄວາມຮູ້ສຶກຕໍ່ຄວາມໃສ່ໃຈຂອງພະນັກງານຍັງບໍ່ທັນເຕັມຮ້ອຍສ່ວນ. ມີຈຸດໜຶ່ງທີ່ໜ້າສົນໃຈຄື ຄວາມພໍໃຈຕໍ່ Call Center 24

ຊົ່ວໂມງ ຢູ່ໃນລະດັບທີ່ຂ້ອນຂ້າງຕໍ່າໃນໝວດການໃຫ້ຄວາມໝັ້ນໃຈ, ແຕ່ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ຂະບວນການໃຫ້ຄໍາປຶກສາຜ່ານອິນເຕີເນັດ ແລະ Call Center ພັດໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈໃນລະດັບທີ່ສູງກວ່າໃນໝວດຂະບວນການ. ສິ່ງນີ້ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນວ່າ ຂະບວນການ ຫຼື ຊ່ອງທາງທີ່ບໍລິສັດກຽມໄວ້ນັ້ນດີ ແລະ ເຂົ້າເຖິງງ່າຍແລ້ວ, ແຕ່ຄຸນນະພາບຂອງການຕອບ ຫຼື ຄວາມສາມາດໃນການແກ້ໄຂບັນຫາໃຫ້ເຖິງທີ່ສຸດ ຂອງ Call Center ໃນຊ່ວງເວລາ 24 ຊົ່ວໂມງ (ໂດຍສະເພາະນອກໂມງລັດຖະການ) ອາດຈະຍັງບໍ່ສາມາດຕອບໂຈດ ຫຼື ສ້າງຄວາມໝັ້ນໃຈໃຫ້ລູກຄ້າໄດ້ຢ່າງເຕັມທີ່. ສອດຄ່ອງກັບງານວິໄຈ ຂອງ ຈຽບປະດິດ (2015) ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ຄວາມເຝັ້ງພໍໃຈໃນການໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍ 4G ຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການໂທລະສັບເຄື່ອນທີ່ໃນເຂດກຸງເທບມະຫານະຄອນ. ຜົນການສຶກສາໂດຍການຄາດປະມານດ້ວຍສົມຜົນຖົດຖອຍແບບພະຫຸຜົດ ພົບວ່າ: ປັດໄຈຄຸນນະພາບການບໍລິການ ການບໍລິຫານລູກຄ້າ ມີການພົວພັນກັບ ຄວາມເຊື່ອໝັ້ນໄວ້ວາງໃຈ ແລະ ຄຸນຄ່າລາຄາສິນຄ້າ ສິ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມເຝັ້ງພໍໃຈໃນການໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍ 4G ຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການໂທລະສັບເຄື່ອນທີ່ໃນເຂດກຸງເທບມະຫານະຄອນ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນ 0.05 ແລະ ການຄາດປະມານລະດັບຄວາມເຝັ້ງພໍໃຈໃນການໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍ 4G ຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການໂທລະສັບເຄື່ອນທີ່ໃນເຂດກຸງເທບມະຫານະຄອນ ເທົ່າກັບ 42.9%.

3) ຜົນການສຶກສາພົບວ່າ: ບໍລິສັດຄວນໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນກັບການພັດທະນາຄຸນນະພາບສັນຍານ, ການຂະຫຍາຍພື້ນທີ່ໃຫ້ບໍລິການ, ການຍົກລະດັບທັກສະການບໍລິການຂອງພະນັກງານ ແລະ ການນໍາເຕັກໂນໂລຊີໃໝ່ໆ ມານໍາໃຊ້ ເພື່ອສ້າງຄວາມພໍໃຈ ແລະ ຮັກສາຖານລູກຄ້າໃນໄລຍະຍາວ ໂດຍການເພີ່ມສະຖານີສົ່ງສັນຍານ (Tower) ໃນເຂດຊົນນະບົດ, ແກ້ໄຂບັນຫາສັນຍານອ່ອນ / ຂາດຫາຍ, ພັດທະນາ 4G/5G ໃຫ້ຄອບຄຸມຫຼາຍຂຶ້ນ. ດ້ານການພັດທະນາຄວາມໄວອິນເຕີເນັດ: ເພີ່ມຄວາມໄວເນັດໃຫ້ເໝາະສົມ, ຫຼຸດການຫຍຸ້ງຍາກ (lag) ແລະ ເນັດຊ້າ, ປັບປຸງເຄືອຂ່າຍໃນເວລາທີ່ມີຜູ້ໃຊ້ຫຼາຍ. ດ້ານການປັບປຸງການບໍລິການລູກຄ້າ: ພະນັກງານໃຫ້ບໍລິການຢ່າງສຸພາບ ແລະ ຮວດເລັ່ງ, ເພີ່ມຊ່ອງທາງຕິດຕໍ່ (Call center, online), ແກ້ໄຂບັນຫາໃຫ້ລູກຄ້າໄດ້ທັນເວລາ. ດ້ານການປັບປຸງລາຄາ ແລະ ແຜ່ກເກັດ: ສ້າງແຜັກເກັດເນັດທີ່ຫຼາກຫຼາຍ, ລາຄາຖືກ ແລະ ເໝາະສົມກັບນັກຮຽນ/ປະຊາຊົນ, ມີໂປຣໂມຊັນສົດໃໝ່ເປັນປະຈຳ. ດ້ານການພັດທະນາລະບົບດິຈິຕອນ: ມີແອັບພິເຄຊັນໃຫ້ກວດສອບຍອດເງິນ / ແຜ່ກເກັດ, ຊໍາລະເງິນອອນລາຍໄດ້ງ່າຍ, ແຈ້ງເຕືອນການໃຊ້ງານແບບ real-time. ດ້ານການຮັບຟັງຄໍາເຫັນຜູ້ໃຊ້: ເຮັດແບບສໍາຫຼວດຄວາມພໍໃຈ, ເປີດຮັບຄໍາຮ້ອງຮຽນ ແລະ ຂໍ້ແນະນໍາ, ນໍາຜົນ feedback ໄປປັບປຸງຈິງ. ຄວາມສະໜໍາສະເໝີຂອງເຄືອຂ່າຍ: ຫຼຸດການຂາດສັນຍານ, ມີລະບົບສໍາຮອງ (backup system), ຮັບປະກັນໃຊ້ງານໄດ້ຕໍ່ເນື່ອງ.

ເພື່ອຕອບສະໜອງກັບຄວາມຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການຂອງໜ້າທີ່ການເມືອງຂອງພັກເຮົາໃນໄລຍະໃໝ່ ພວກເຮົາກໍ່ຕ້ອງເຫັນແຈ້ງວ່າປະເທດຊາດຂອງພວກເຮົາຍັງບໍ່ທັນຫຼຸດຜົນອອກຈາກຄວາມດ້ອຍພັດທະນາ. ລາວໂທລະຄົມ ຕ້ອງເພີ່ມທະວີຄວາມສາມາດ ເປັນປົກແຜ່ນພາຍໃນໃຫ້ແໜ້ນແຜ່ນກວ່າເກົ່າ, ເສີມຂະຫຍາຍສິດເປັນເຈົ້າຕົນເອງ, ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງດ້ວຍຕົນເອງ ເພື່ອສ້າງໃຫ້ມີກໍາລັງແຮງສັງລວມເຂົ້າໃນການຊຸກຍູ້ການຜະລິດດ້ວຍການນໍາໃຊ້ຜົນສໍາເລັດໃໝ່ທາງດ້ານເທັກໂນໂລຊີໃຫ້ຈະເລີນກ້າວໜ້າທຽມທັນກັບກະແສການພັດທະນາຂອງໂລກ. ສະນັ້ນ, ມີຄວາມຈໍາເປັນທີ່ສຸດທີ່ຕ້ອງສືບຕໍ່ບຸກບີນສ້າງສາພັດທະນາປະເທດຊາດ ກໍ່ຄືການສ້າງສາພັດທະນາ ບໍລິສັດ ລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມ ມະຫາຊົນ ໃຫ້ກ້າວໜ້າຂະຫຍາຍຕົວຕໍ່ໄປຢ່າງບໍ່ຢຸດຢັ້ງ.

5. ສະຫຼຸບ

ຜົນຂອງການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ສາມາດສະຫຼຸບໄດ້ວ່າຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າຕໍ່ການໃຫ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບມືຖື ບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມສາຂາແຂວງຫລວງນໍ້າທາ ຈະເປັນປະໂຫຍດຕໍ່ກັບບໍລິສັດ ລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫລວງນໍ້າທາ, ຜູ້ຄົນຄວ້າ ແລະ ຜູ້ທີ່ຕ້ອງການເອົາໄປເປັນເອກະສານອ້າງອີງໃນການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງຕໍ່ໄປໃນອະນາຄົດ ຊຶ່ງຜົນຄາດວ່າຈະໄດ້ຮັບມີລາຍລະອຽດດັ່ງນີ້:

1) ສາມາດຮັບຮູ້ເຖິງ ພຶດຕິກຳຂອງລູກຄ້າຢູ່ໃນແຂວງຫລວງນໍ້າທາ ຕໍ່ການໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍອິນເຕີເນັດມືຖື 4G ລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມ ມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫລວງນໍ້າທາ.

2) ສາມາດຮັບຮູ້ເຖິງ ລະດັບຄວາມເຝັ້ງພໍໃຈ ຂອງລູກຄ້າຢູ່ໃນແຂວງຫລວງນໍ້າທາ ຕໍ່ການໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍອິນເຕີເນັດມືຖື 4G ລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມ ມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫລວງນໍ້າທາ.

3) ສາມາດຮັບຮູ້ເຖິງ ຄວາມແຕກຕ່າງຂອງລູກຄ້າຢູ່ໃນແຂວງຫລວງນໍ້າທາ ຕໍ່ຄວາມເຝັ້ງພໍໃຈ ໃນການໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍອິນເຕີເນັດມືຖື 4G ລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມ ມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫລວງນໍ້າທາ.

4) ສາມາດນໍາເອົາໄປເປັນຂໍ້ມູນໃຫ້ແກ່ຜູ້ທີ່ສົນໃຈຄົ້ນຄວ້າກ່ຽວກັບຄວາມຄິດເຫັນຂອງພະນັກງານຕໍ່ການໃຫ້ບໍລິການຂອງບໍລິສັດທີ່ມີຫົວຂໍ້ລັກສະນະນີ້.

5) ຜົນທີ່ໄດ້ຈາກການຄົ້ນຄວ້າອາດສາມາດນໍາໄປໃຊ້ເປັນຂໍ້ມູນຜູ້ຖາມໃຫ້ແກ່ຜູ້ບໍລິຫານ ເພື່ອນໍາມາເປັນບ່ອນອີງໃນການພັດທະນາຂະແໜງເຕັກນິກ ແລະ ການບໍລິການ ບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມ ມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫລວງນໍ້າທາ ໃຫ້ມີຄຸນນະພາບສູງຂຶ້ນໃນອະນາຄົດ.

- ຂໍ້ຈຳກັດຂອງການສຶກສານີ້ ແມ່ນການເກັບຂໍ້ມູນພຽງແຕ່ກຸ່ມຕົວຢ່າງໃນພື້ນທີ່ສະເພາະ ຈຶ່ງອາດບໍ່ສາມາດອ້າງອີງໄປຫາປະຊາກອນທັງ

ໝົດໄດ້, ການເກັບຂໍ້ມູນໃຊ້ແບບສອບຖາມເປັນຫຼັກ ອາດມີຄວາມ
ຄາດເຄື່ອນຈາກການຕອບຂອງຜູ້ໃຫ້ຂໍ້ມູນ, ການສຶກສາພິຈາລະນາພຽງ
ບາງປັດໄຈ ຈຶ່ງອາດຍັງມີປັດໄຈອື່ນໆ ທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ຜົນການສຶກສາ ແຕ່ບໍ່
ໄດ້ນຳມາວິເຄາະ, ໄລຍະເວລາໃນການສຶກສາມີຈຳກັດ ຈຶ່ງບໍ່ສາມາດ
ຕິດຕາມຜົນໄດ້ໃນໄລຍະຍາວ, ບາງຂໍ້ມູນອາດບໍ່ຄົບຖ້ວນ ຫຼື ບໍ່ສາມາດ
ກວດສອບໄດ້ຢ່າງລະອຽດ, ຖ້າຫາກມີການສຶກສາຄັ້ງຕໍ່ໄປຄວນ
ຂະຫຍາຍກຸ່ມຕົວຢ່າງໃຫ້ກວ້າງຂວາງຂຶ້ນ ເພື່ອໃຫ້ຜົນການສຶກສາມີ
ຄວາມໜ້າເຊື່ອຖືຫຼາຍຂຶ້ນ, ຄວນສຶກສາປັດໄຈອື່ນໆ ເພີ່ມເຕີມ ເຊັ່ນ:
ດ້ານເສດຖະກິດ, ສັງຄົມ ເຕັກໂນໂລຊີ ຫຼື ພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ
ຄວນນຳໃຊ້ວິທີການວິໄຈແບບປະສົມປະສານ (Mixed Methods)
ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຂໍ້ມູນທີ່ລະອຽດ ແລະ ເລິກເຊິ່ງຫຼາຍຂຶ້ນ, ຄວນສຶກສາ
ປຽບທຽບລະຫວ່າງພື້ນທີ່ ຫຼື ອົງກອນອື່ນໆ ເພື່ອເຫັນຄວາມແຕກຕ່າງ
ແລະ ແນວໂນ້ມທີ່ຊັດເຈນຂຶ້ນ, ຄວນມີການຕິດຕາມຜົນໃນໄລຍະຍາວ
ເພື່ອປະເມີນຜົນກະທົບ ແລະ ຄວາມຍືນຍົງ.

- ຄວາມຮູ້ໃໝ່ ແລະ ປະໂຫຍດຈາກການສຶກສາແມ່ນໄດ້ຮັບປັດ
ໄຈສຳຄັນທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ພຶດຕິກຳ ຫຼື ການຕັດສິນໃຈຂອງກຸ່ມເປົ້າໝາຍ, ໄດ້
ເຂົ້າໃຈບັນຫາ ແລະ ສາເຫດຕ່າງໆ ທີ່ເກີດຂຶ້ນໃນການດຳເນີນງານ ຫຼື
ການໃຫ້ບໍລິການ, ໄດ້ຮັບຂໍ້ມູນໃໝ່ທີ່ສາມາດນຳໄປໃຊ້ໃນການວາງ
ແຜນ ແລະ ປັບປຸງການບໍລິຫານ, ໄດ້ແນວທາງ ຫຼື ຮູບແບບໃນການແກ້
ໄຂບັນຫາຢ່າງເໝາະສົມ ປະໂຫຍດຕໍ່ສັງຄົມ ແລະ ອົງກອນເຊັ່ນ: ອົງ
ກອນສາມາດນຳຜົນການສຶກສາໄປໃຊ້ໃນການວາງນະໂຍບາຍ ແລະ
ພັດທະນາການດຳເນີນງານໃຫ້ມີປະສິດທິພາບຂຶ້ນ, ຊ່ວຍຍົກລະດັບຄຸນ
ນະພາບການບໍລິການ ຫຼື ການຈັດການໃຫ້ຕອບສະໜອງຄວາມ
ຕ້ອງການໄດ້ດີຂຶ້ນ, ເປັນຂໍ້ມູນອ້າງອິງໃຫ້ນັກວິໄຈ ຫຼື ຜູ້ສົນໃຈນຳ
ໄປສຶກສາຕໍ່, ຊ່ວຍສ້າງຄວາມຮູ້ ແລະ ຄວາມເຂົ້າໃຈໃໝ່ໃຫ້ແກ່ສັງຄົມ,
ສາມາດນຳໄປປະຍຸກໃຊ້ໃນການພັດທະນາບຸກຄະລາກອນ ແລະ ການ
ບໍລິຫານໃນອົງກອນໄດ້ຢ່າງເໝາະສົມ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ພວກຂ້າພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົນຄວາວິທະຍາສາດຂໍປະຕິບາຍຕົນ
ວ່າ ຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດ
ແຍ່ງທາງຜົນປະໂຫຍດກັບພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອື້ອປະໂຫຍດໃຫ້
ກັບພາກສ່ວນໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການລະເມີດໃນຮູບການໃດ
ໜຶ່ງ ຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີ ທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

ກະຊວງໄປສະນີ ໂທລະຄົມ ແລະ ການສື່ສານ. (2022). *ບົດລາຍງານ
ການພັດທະນາໂທລະຄົມໃນ ສປປ ລາວ*. ນະຄອນຫຼວງວຽງ
ຈັນ: ກະຊວງໄປສະນີ ໂທລະຄົມ ແລະ ການສື່ສານ.
ແກ້ວມະນີ, ສ. (2021). ການປະເມີນຄວາມພໍໃຈຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ
ອິນເຕີເນັດມືຖືໃນແຂວງພາກເໜືອຂອງ ສປປ ລາວ.
ວາລະສານການຄ້າຄວາວິສັດສາດ, 4(3), 88–102. ຈຽບ

ປະດິດ. ທ. (2015). *ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ຄວາມພໍໃຈໃນການໃຊ້
ບໍລິການເຄືອຂ່າຍ 4G ຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການໂທລະສັບເຄື່ອນທີ່
ໃນເຂດກຸງເທບມະຫານະຄອນ*.

ຈັນທະວົງ, ພ. (2022). *ຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການ ແລະ ຄວາມພໍໃຈ
ຂອງລູກຄ້າໃນທຸລະກິດສື່ສານ*. ວຽງຈັນ: ໂຮງຝຶກສຶກສາ.

ສີຫາລາດ, ຄ. (2021). ຄວາມພໍໃຈຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍ
ໂທລະສັບມືຖືໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ. *ວາລະສານວິຊາການ
ມະຫາວິທະຍາໄລສຸພານຸວົງ*, 5(2), 45–58.

ສີຫາວົງ. ທ. (2022). *ພຶດຕິກຳ ແລະ ຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າຕໍ່ການໃຊ້
ບໍລິການເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບມືຖື ບໍລິສັດ ລາວໂທລະ
ຄົມມະນາຄົມ ມະຫາຊົນ*. ວຽງຈັນ: ມະຫາວິທະຍາໄລແຫ່ງຊາດ
ລາວ.

ໄຊຍະລາດ, ສ. (2019). ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ຄວາມພໍໃຈຂອງຜູ້ໃຊ້
ບໍລິການໂທລະສັບມືຖື. *ວາລະສານເສດຖະສາດ ແລະ ບໍລິຫານ
ທຸລະກິດ*, 7(1), 66–79.

ພິມພາວົງ. ລ. (2016). *ສຶກສາຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຂອງລູກຄ້າ ໃນການນຳ
ໃຊ້ອິນເຕີເນັດ 4G ຂອງບໍລິສັດລັດວິສາຫະກິດ ລາວໂທລະ
ຄົມ*. ວິທະຍານິພົນ, ມະຫາວິທະຍາໄລແຫ່ງຊາດ.

ວົງສະຫວັນ, ບ. (2020). *ການສຶກສາພຶດຕິກຳການນຳໃຊ້ອິນເຕີເນັດມື
ຖືໃນ ສປປ ລາວ*. ວຽງຈັນ: ມະຫາວິທະຍາໄລແຫ່ງຊາດລາວ.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of
Marketing* (17th ed.). London: Pearson Education.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E.
(2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.).
Hampshire: Cengage Learning.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing
Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson
Education.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing:
People, Technology, Strategy* (8th ed.). Singapore:
World Scientific Publishing.

Malhotra, N. K. (2018). *Marketing Research: An Applied
Orientation* (7th ed.). London: Pearson.

Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral
Perspective on the Consumer*. New York:
McGraw-Hill.

Ronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service
quality: A reexamination and extension. *Journal of
Marketing*, 56(3), 55–68.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for
Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.).
United Kingdom: Wiley.

- Sipaseuth, k., Yangsanesay, C., & Indavong D. (2025). The Fiber to The Home Internet services quality of Lao Telecommunication Public Company in Luang Prabang Province. *Souphanouvong University Journal of Multidisciplinary Research and development*, Vol. 11, Special Issue, 161-167. <https://doi.org/10.69692/SUJMRD11Special161>.
- 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.
- Phuphantrakul, P., and Feongkeaw, C. (2022). The consumer behavior and opinions toward using Augmented product by customers at mobile phone retail shops in Suphanburi province. *Valaya Alongkorn Review (Humanities and Social Science)*. Vol. 12No. 121 – 134.
- Telecommunications Public Company. (2023). *Annual Operating Results Report*.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

ຕາຕະລາງ 1: ສະແດງອັດຕາສ່ວນ ແລະ ກຸ່ມຕົວຢ່າງຂອງການຄົ້ນຄວ້າ

ລ/ດ	ເມືອງ	ຈຳນວນລູກຄ້າ(ຄົນ)	ອັດຕາສ່ວນ (%)	ກຸ່ມຕົວຢ່າງ(ຄົນ)
1	ຫລວງນ້ຳທາ	89,967	33.57	129
2	ສິງ	61,465	22.94	88
3	ລອງ	52,660	19.65	76
4	ວຽງພູຄາ	25,593	9.55	37
5	ນາແລ	38,329	14.30	55
ລວມ		268,014	100	385

ຕາຕະລາງ 2: ສະແດງຜົນຄ່າຄວາມຖີ່ ແລະ ຄ່າສ່ວນຮ້ອຍຂອງລູກຄ້າ ຕາມພຶດຕິກຳການໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບມືຖື ບໍລິສັດລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມມະຫາຊົນ ສາຂາແຂວງຫລວງນ້ຳທາ.

ລ/ດ	ດ້ານພຶດຕິກຳການໃຊ້ບໍລິການ	ຄວາມຖີ່ (ຄົນ)	ສ່ວນຮ້ອຍ(%)
1	ການຮັບຮູ້ລາຍລະອຽດກ່ຽວກັບລະບົບການບໍລິການແມ່ນຮັບຮູ້ຈາກອິນເຕີເນັດ	326	84.7
2	ຕົນເອງເປັນຜູ້ທີ່ມີອິດທິພົນໃນຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການ	223	57.9
3	ນຳໃຊ້ເປັນມາແລ້ວຫຼາຍກວ່າ 2 ປີ	227	59.0
4	ດ້ານຄຸນນະພາບ ແລະ ສັນຍານດີ ເປັນເຫດຜົນທີ່ຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ເບີລາວໂທລະຄົມ	186	48.3
5	ການໂທເປັນຮູບແບບຂອງການໃຊ້ບໍລິການ	192	49.9
6	ຄວາມຖີ່ຂອງການໃຊ້ບໍລິການແມ່ນຫຼາຍກວ່າ 5 ຄັ້ງຕໍ່ເດືອນ	242	62.9
7	ຈຸດປະສົງການໃຊ້ບໍລິການແມ່ນໃຊ້ໃນວຽກງານ ຫຼື ທຸລະກິດ	222	57.7
8	ປະເພດທີ່ເລືອກໃຊ້ບໍລິການແມ່ນໃຊ້ເບີມືຖືແບບຕື່ມເງິນ	251	65.2
9	ໃຊ້ຈ່າຍ 50.001-100.000 ກີບ ຕໍ່ເດືອນໃນການໃຊ້ບໍລິການ	172	44.7
10	ຊ່ວງ 16:01-20:00 ໂມງ ເປັນເວລາທີ່ເລືອກໃຊ້ບໍລິການ	135	33.1
11	ຊ່ອງທາງຊຳລະຄ່າບໍລິການເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບແມ່ນຕື່ມເງິນອອນໄລ	165	42.9
12	ທ່າອ່ຽງພຶດຕິກຳອານາຄົດແມ່ນສືບຕໍ່ໃຊ້ບໍລິການ	365	94.8
13	ທ່າອ່ຽງແນະນຳບຸກຄົນອື່ນໃຊ້ບໍລິການຂອງລາວໂທລະຄົມໃນອານາຄົດ	357	92.7

ຕາຕະລາງ 3 ສະແດງລະດັບຄວາມເຝິງໃຈຂອງລູກຄ້າຕໍ່ດ້ານຄວາມເປັນຮູບປະທຳດ້ານການໃຫ້ບໍລິການ (Tangibility)

ລ/ດ	ຄວາມເປັນຮູບປະທຳດ້ານການໃຫ້ບໍລິການ (Tangibility)	$\bar{X}$	S. D	ລະດັບຄວາມພໍໃຈ
1	ຄວາມຊຳນານໃນການໃຫ້ບໍລິການຂອງພະນັກງານ	4.22	0.75	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
2	ຄວາມທັນສະໄໝຂອງເຄື່ອງມື, ອຸປະກອນ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີທີ່ໃຊ້ການບໍລິການລູກຄ້າ	4.14	0.78	ຫຼາຍ
3	ຄວາມສະດວກ ແລະ ວ່ອງໄວການໃຫ້ບໍລິການລູກຄ້າ	4.05	0.85	ຫຼາຍ
4	ຄວາມຫຼາກຫຼາຍຊ່ອງທາງການເຂົ້າເຖິງລູກຄ້າ, ຮ້ານຕົວແທນຈຳໜ່າຍ	4.06	0.94	ຫຼາຍ
5	ຄວາມເໝາະສົມຂອງລາຄາຄ່າການໃຫ້ບໍລິການ	4.06	0.94	ຫຼາຍ
6	ຄວາມເໝາະສົມຂອງສຳນັກງານ, ສະຖານທີ່ໃຫ້ບໍລິການລູກຄ້າ	4.16	0.88	ຫຼາຍ
	ຄຳສະເລ່ຍລວມ	4.11	0.87	ຫຼາຍ

ຕາຕະລາງ 4 ສະແດງລະດັບຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າຕໍ່ດ້ານຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື (Reliability)

ລ/ດ	ດ້ານຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື (Reliability)	$\bar{X}$	S. D	ລະດັບຄວາມພໍໃຈ
1	ການສະໜອງຂໍ້ມູນລະອຽດຂອງການບໍລິການໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າຂອງພະນັກງານ	4.08	0.91	ຫຼາຍ
2	ຄວາມປອດໄພໃນການໃຫ້ບໍລິການດ້ານຜະລິດຕະພັນ	3.88	1.02	ຫຼາຍ
3	ບໍລິສັດມີໃບຢັ້ງຢືນດ້ານບໍລິການໄດ້ມາດຕະຖານສາກົນ (ISO)	4.14	0.92	ຫຼາຍ
4	ຄວາມຊັດເຈນໃນການແຈ້ງລາຍລະອຽດຂອງອັດຕາຄ່າບໍລິການ	3.87	0.85	ຫຼາຍ
5	ມີລາຍລະອຽດໃນການຊຳລະຄ່າບໍລິການແຕ່ລະແຜ່ນເກັດ	3.92	0.83	ຫຼາຍ
	ຄຳສະເລ່ຍລວມ	3.97	0.80	ຫຼາຍ

ຕາຕະລາງ 5 ສະແດງລະດັບຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຂອງລູກຄ້າຕໍ່ດ້ານການຕອບສະໜອງໃຫ້ກັບລູກຄ້າ (Responsiveness)

ລ/ດ	ດ້ານການຕອບສະໜອງໃຫ້ກັບລູກຄ້າ (Responsiveness)	$\bar{X}$	S. D	ລະດັບຄວາມພໍໃຈ
1	ການແກ້ໄຂບັນຫາດ້ວຍຄວາມຖືກຕ້ອງ, ວ່ອງໄວ ແລະ ເປັນທີ່ໜ້າເພິ່ງພໍໃຈໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ	3.80	0.84	ຫຼາຍ
2	ຄວາມສຸພາບຂອງພະນັກງານທີ່ໃຫ້ບໍລິການ	4.09	0.88	ຫຼາຍ
3	ຄວາມເໝາະສົມຂອງເວລາໃນການໃຫ້ບໍລິການ	4.07	0.85	ຫຼາຍ
4	ຄວາມສະດວກສະບາຍຈາກການມາໃຊ້ບໍລິການ	4.02	0.90	ຫຼາຍ
5	ຄວາມວ່ອງໄວທັນໃຈໃນການໃຫ້ບໍລິການຂອງພະນັກງານແກ່ລູກຄ້າ	3.79	0.83	ຫຼາຍ
	ຄຳສະເລ່ຍລວມ	3.95	0.81	ຫຼາຍ

ຕາຕະລາງ 6 ສະແດງລະດັບຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຂອງລູກຄ້າຕໍ່ດ້ານການໃຫ້ຄວາມໝັ້ນໃຈ (Assurance)

ລ/ດ	ດ້ານການໃຫ້ຄວາມໝັ້ນໃຈ (Assurance)	$\bar{X}$	S. D	ລະດັບຄວາມພໍໃຈ
1	ຄວາມຮູ້-ຄວາມສາມາດຂອງພະນັກງານໃນການໃຫ້ຄຳປຶກສາ ແລະ ແກ້ໄຂ ບັນຫາຕ່າງໆຂອງລູກຄ້າໄດ້ວ່ອງໄວ	4.10	0.92	ຫຼາຍ
2	ຄວາມຍື່ມແຍ້ມແຈ່ມໃສຂອງພະນັກງານໃນການໃຫ້ບໍລິການ	4.05	0.93	ຫຼາຍ
3	ຄວາມເຕັມໃຈຂອງພະນັກງານໃນການຕອບຄຳຖາມ ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນຢ່າງ ຖືກຕ້ອງ ແລະ ຊັດເຈນ	4.17	0.84	ຫຼາຍ
4	ລະບົບການກວດສອບຂໍ້ມູນທີ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ມີປະສິດທິພາບຂອງບໍລິສັດ	4.10	0.80	ຫຼາຍ

5	ຄວາມເຕັມໃຈຂອງ Call Center ໃນການຕອບຄໍາຖາມ ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນ ຢ່າງ ຖືກຕ້ອງໃນຕະຫຼອດ 24 ຊົ່ວໂມງ	3.87	0.86	ຫຼາຍ
	ຄ່າສະເລ່ຍລວມ	4.05	0.86	ຫຼາຍ

ຕາຕະລາງ 7 ສະແດງລະດັບຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຂອງລູກຄ້າຕໍ່ດ້ານຄວາມເຂົ້າໃຈ ແລະ ໃສ່ໃຈລູກຄ້າ (Empathy)

ລ/ດ	ດ້ານຄວາມເຂົ້າໃຈ ແລະ ໃສ່ໃຈລູກຄ້າ (Empathy)	$\bar{X}$	S. D	ລະດັບ ຄວາມພໍໃຈ
1	ຄວາມເອື້ອອາທອນ ແລະ ມີນ້ຳໃຈໃນການໃຫ້ບໍລິການລູກຄ້າທຸກເພດ ທຸກໄວເທົ່າ ທຽມກັນຂອງພະນັກງານ	3.92	0.78	ຫຼາຍ
2	ພະນັກງານມີຄວາມໃສ່ໃຈໃນຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ	3.84	0.78	ຫຼາຍ
3	ພະນັກງານໃຫ້ບໍລິການສະແດງຄວາມສະນິດສະໜິມເຂົ້າໃຈ ແລະ ໃສ່ໃຈບັນຫາທີ່ ລູກຄ້າຕ້ອງການ	3.86	0.79	ຫຼາຍ
4	ການຈັດຫາຮູບແບບບໍລິການໃໝ່ໆ ເພື່ອຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ	4.06	0.90	ຫຼາຍ
	ຄ່າສະເລ່ຍລວມ	3.92	0.79	ຫຼາຍ

ຕາຕະລາງ 8 ຄວາມພໍໃຈຂອງລູກຄ້າຕໍ່ດ້ານຂະບວນການໃຫ້ບໍລິການ

ລ/ດ	ຂະບວນການໃຫ້ບໍລິການ	$\bar{X}$	S. D	ລະດັບ ຄວາມພໍໃຈ
1	ລະບົບເຄືອຂ່າຍມີນ້ຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີ ໃໝ່ໆ ທີ່ທັນຍຸກທັນສະໄໝ	4.10	0.88	ຫຼາຍ
2	ຄວາມສະດວກໃນການເຕີມເງິນ ແລະ ຊຳລະເງິນຜ່ານບັນຊີ ທະນາຄານ	4.20	0.82	ຫຼາຍ
3	ຂະບວນການໃຫ້ຄໍາປຶກສາ ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນຜ່ານອິນເຕີ ເນັດຕະຫຼອດ 24 ຊົ່ວໂມງ	4.10	0.93	ຫຼາຍ
4	ຂະບວນການໃຫ້ຄໍາປຶກສາ ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນຜ່ານ Call Center ຕະຫຼອດ 24 ຊົ່ວໂມງ	4.02	0.93	ຫຼາຍ
5	ຂະບວນການແກ້ໄຂບັນຫາເຄືອຂ່າຍຂັດຂ້ອງ ວ່ອງໄວ ແລະ ທັນຕໍ່ການໃຊ້ງານ	3.96	1.00	ຫຼາຍ
	ຄ່າສະເລ່ຍລວມ	4.07	0.91	ຫຼາຍ

ຕາຕະລາງ 9 ສະແດງຜົນລວມຄວາມພໍໃຈ ຂອງລູກຄ້າຕໍ່ການໃຊ້ບໍລິການເຄືອຂ່າຍມືຖືຂອງ ບໍລິສັດ ລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມ ມະຫາຊົນ ແຂວງ ຫຼວງນ້ຳທາ

ລ/ດ	ຜົນລວມຄວາມພໍໃຈ ຂອງລູກຄ້າຕໍ່ການໃຊ້ບໍລິການ	$\bar{X}$	S.D	ລະດັບ ຄວາມພໍໃຈ
1	ດ້ານຄວາມເປັນຮູບປະທຳດ້ານການໃຫ້ບໍລິການ (Tangibility)	4.11	0.80	ຫຼາຍ
2	ດ້ານ ຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື (Reliability)	3.97	0.86	ຫຼາຍ
3	ດ້ານການຕອບສະໜອງໃຫ້ກັບລູກຄ້າ (Responsiveness)	3.95	0.80	ຫຼາຍ
4	ດ້ານການໃຫ້ຄວາມໝັ້ນໃຈ (Assurance)	4.05	0.81	ຫຼາຍ
5	ດ້ານຄວາມເຂົ້າໃຈ ແລະ ໃສ່ໃຈລູກຄ້າ (Empathy)	3.92	0.86	ຫຼາຍ
6	ດ້ານຂະບວນການໃຫ້ບໍລິການ	4.07	0.79	ຫຼາຍ
	ຄ່າສະເລ່ຍລວມ	4.01	0.91	ຫຼາຍ