

# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายถูกพัฒนาให้มีความก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว เพื่อสามารถอำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของมนุษย์ให้ดียิ่งขึ้น การใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารโดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือ จึงกลายเป็นสิ่งจำเป็น และเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เรียกได้ว่ามีความสำคัญ จนกลายเป็นปัจจัยที่ 5 ในการดำรงชีวิต ซึ่งการใช้งานโทรศัพท์มือถือในปัจจุบันที่มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมารวบรวมกิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ ไว้ด้วยกัน เช่น การถ่ายรูป ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมส์ หรือแม้แต่การใช้งานโซเชียลมีเดียต่าง ๆ จึงเรียกโทรศัพท์ที่มีการใช้งานที่หลากหลายนี้ว่า สมาร์ทโฟน ผู้ใช้งานสามารถพูดคุยสื่อสารและรับข้อมูลได้ในทุกที่จากทั่วทุกมุมโลก เพียงแค่เชื่อมต่อการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งยังสามารถปรับรูปแบบซอฟต์แวร์ส่วนขยายลงไปได้ เพื่อตอบโจทย์ในการใช้งานต่าง ๆ เรียกว่า แอปพลิเคชัน

จากผลสำรวจในการใช้โทรศัพท์มือถือจากทั่วโลก พบว่า ปี 2561 คนไทยใช้สมาร์ตโฟน 90% โดยใช้งานผ่านเครือข่าย 3G และ 4G เพิ่มขึ้น จากการที่ผู้บริโภคนิยมใช้งานสมาร์ตโฟนมีมากขึ้น จึงส่งผลให้มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตบนมือถือเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานสมาร์ตโฟนที่เพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งเกิดจากการเติบโตของสมาร์ตโฟน บริษัทผู้ผลิตในปัจจุบันมีหลากหลายยี่ห้อ จึงทำให้เกิดการแข่งขันสูง จึงถือเป็นประโยชน์ของผู้บริโภคที่มีตัวเลือกที่หลากหลาย สามารถซื้อสมาร์ตโฟนมาใช้งานได้ในราคาไม่แพงและอีกส่วนหนึ่งเกิดจากการให้บริการของเครือข่ายโทรศัพท์ที่มีความพร้อมมากขึ้นและสามารถใช้งานได้ครอบคลุมพื้นที่รวมไปถึงมีราคาค่าบริการที่มีความเหมาะสม

ในแง่ของการประกอบธุรกิจ องค์กรธุรกิจทั้งสินค้าและบริการในปัจจุบันมีภาวะการแข่งขันที่สูงมากขึ้น การจะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าหรือการแสวงหาลูกค้าใหม่ๆ นั้นเป็นเรื่องที่ยากมากขึ้น มีค่าใช้จ่ายที่สูง องค์กรธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อเตรียมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคมีความซับซ้อนทำให้การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมีความซับซ้อนมากขึ้น นั้นหมายถึง การสื่อสารที่จะต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีการ เพื่อให้สามารถเข้าถึงและสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภคให้เกิดความเข้าใจและเกิดการซื้อสินค้าหรือมา

ใช้บริการ จึงทำให้ในปัจจุบันเกิดรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่อีกมากมาย จากเดิมที่เคยทำโฆษณาผ่านหน้าจอโทรทัศน์ซึ่งอาจจะต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก แต่ในปัจจุบันได้เปลี่ยนมาเป็นการทำโฆษณาผ่านหน้าจอสมาธิ์โฟนแทน ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากขึ้นผู้บริโภคยุคใหม่มีการใช้งานสมาธิ์โฟนบ่อยกว่าสื่ออื่น ๆ เพราะมีขนาดที่สามารถพกพาได้ง่ายและสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา

ผู้ที่ประกอบธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ได้ให้ความสนใจในการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อพัฒนาการบริการ มีการปรับรูปแบบเพื่อตอบสนองของความต้องการและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารไร้สายที่ทันสมัยเข้ามาเป็นตัวเชื่อม ระหว่างองค์กรกับลูกค้าให้มีการรับรู้และเข้าถึงสินค้าและบริการได้ง่ายมากขึ้น ซึ่งช่องทางหนึ่งที่จะสามารถให้ลูกค้าได้เข้าถึงสินค้าและบริการในปัจจุบันนั้นก็คื Mobile Application ที่จะสามารถประชาสัมพันธ์หรือทำการติดต่อลูกค้าได้ อีกทั้งยังนำเรื่องของการบริหารความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรธุรกิจกับลูกค้าเข้ามาเป็นส่วนช่วยในการรักษาสถานลูกค้าให้เป็นลูกค้าที่ยั่งยืนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจนเกิดเป็นความภักดีต่อตราสินค้า

ประโยชน์ของ Mobile Application ที่มีต่อองค์กรธุรกิจมีหลายด้าน เช่น สามารถลดค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อเพื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพราะ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง แอปพลิเคชันจะมีข้อมูลที่มีความหลากหลาย และยังเป็นช่องทางติดต่อที่ให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้ทันที รวมไปถึงการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจให้ดูดี มีจุดเด่น มีความที่ชัดเจน จะส่งผลให้ธุรกิจมียอดขายที่เพิ่มขึ้น เพราะสามารถเข้าถึงได้สะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถลดขั้นตอนการทำงาน จึงทำให้การติดต่องานต่าง ๆ สะดวกมากยิ่งขึ้น การใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารองค์กรมีความสำคัญในแง่ของการเข้าถึงลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็ว และยังมีผลต่อการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าในยุคดิจิทัลเป็นอย่างมาก เพราะในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีมีความทันสมัย พฤติกรรมของผู้บริโภคมีความสนใจการใช้งานแอปพลิเคชันมากขึ้น สามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านเครื่องมือการสื่อสารได้สะดวกและรวดเร็ว ทำให้นักการตลาดต้องปรับกลยุทธ์เข้าถึงข้อมูลเพื่อตอบสนองของความต้องการ และสร้างประสบการณ์ที่ดีของแบรนด์แก่ผู้บริโภค องค์กรธุรกิจต่าง ๆ จึงหันมาเลือกใช้แอปพลิเคชันเพื่อสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น คุณลักษณะที่ดีของแอปพลิเคชันขององค์กรเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ควรมีลักษณะที่มีความเป็นเอกลักษณ์เพื่อให้ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย การใช้สีสັນ การวางข้อความ การออกแบบที่สวยงาม และเป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีรูปแบบการจัดวางที่ผู้บริโภคสามารถใช้งานได้อย่าง

ง่ายตาย ไม่ซับซ้อน และมีความรูปแบบการใช้งานที่ไม่สลับซับซ้อน เลือกใช้งานเมนูได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

หากศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจที่ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย จะพบว่า มีผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หลัก รายใหญ่ 3 ได้แก่ AIS บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน) , DTAC บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน) และ True Move บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



**ภาพประกอบที่ 1.1** ภาพแสดงถึงจำนวนผู้ใช้งานเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ

ที่มา : <http://www.veedvil.com/featured/mobile-users-in-thailand-q4-2016/>

จากข้อมูล que แสดงถึงการใช้งานเครือข่ายมือถือ พบว่า ในปีที่ผ่านมาเครือข่ายโทรศัพท์ที่มีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้น True Move มีรายได้และฐานลูกค้าโดยรวมเพิ่มขึ้น จนโตอันดับขึ้นเป็นอันดับที่ 2 แข่งคู่แข่งอย่าง Dtac ได้สำเร็จ แสดงให้เห็นถึงการเติบโตอย่างเข้มแข็งและมีส่วนแบ่งตลาดรายได้ลูกค้าเพิ่มขึ้น ถือว่าประสบความสำเร็จไปอีกหนึ่งขั้นในการให้บริการลูกค้า

บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นอีกหนึ่งองค์กรที่นำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาใช้เพื่อการเข้าถึงและจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า โดยมีการเปิดตัว TRUE YOU ในปี 2555 เพื่อเป็นการยกระดับการดูแลและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยมีสิทธิพิเศษมากมาย มอบให้ตามระยะเวลาการใช้งานในบริการต่าง ๆ ของทู ได้แก่ Truemove H, True Visions, True Online โดยทูลูมีให้เลือกใช้งานได้หลายหลายแพลตฟอร์ม ทั้งรับข้อมูลข่าวสาร โปรโมชัน และตรวจสอบสิทธิประโยชน์ของตนเอง ได้แก่ เว็บไซต์ทูลู ช่องทางโซเชียลมีเดีย Facebook Trueyou ที่ <https://web.facebook.com/TrueYouHappiness/> หรือสามารถรับข่าวสารผ่านทาง Line Official ในชื่อ TrueYou และอีกช่องทางที่ได้รับความนิยมคือ Application TrueYou



## ภาพประกอบที่ 1.2 รูปโลโก้ของทรูยู

ที่มา : <http://trueyou.truecorp.co.th>

TRUE YOU เป็นแอปพลิเคชันสำหรับผู้ใช้บริการของบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เปิดให้มีการดาวน์โหลดใช้งานเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2556 เป็นแอปพลิเคชันที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย โดยปัจจุบันมียอดดาวน์โหลดกว่า 1 ล้านครั้ง เป็นแอปพลิเคชันที่สามารถติดตั้งใช้งานได้ทั้งเครื่องระบบ Android และระบบ iOS ออกแบบมาเพื่อให้บริการกับลูกค้าทรูทุกท่าน ซึ่งสมัครลงทะเบียนเข้าใช้งานได้อย่างง่ายดายและสามารถรับสิทธิประโยชน์ได้ทันที



## ภาพประกอบที่ 1.3 รูปโลโก้ของทรูยูบนหน้าจอสมาร์ทโฟน

ที่มา : <http://trueyou.truecorp.co.th>

ภายในแอปพลิเคชันทรูยู จะมีเมนูต่าง ๆ ที่มีการรวบรวมสิทธิประโยชน์และส่วนลดจากร้านค้า ร้านอาหาร และสถานที่พักผ่อนจากทุกจังหวัดทั่วประเทศ ลูกค้าผู้ใช้งานยังสามารถค้นหาสิทธิประโยชน์ในบริเวณใกล้เคียง หรือค้นหาร้านค้าจากชื่อหรือสถานที่ใกล้เคียงได้ ลูกค้าทรูที่สมัครทรูไอดีจะได้รับคะแนนสะสมและทราบรายละเอียดของบัตรทรูการ์ดของลูกค้าได้ สามารถตรวจสอบสิทธิประโยชน์ของตนเองได้ทันทีภายในแอปพลิเคชันทรูยู



## ภาพประกอบที่ 1.14 ตัวอย่างหน้าจอแอปพลิเคชันทรูยูบนสมาร์ทโฟน

ที่มา : <http://trueyou.truecorp.co.th>

ในส่วนของ TRUE YOU ได้มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ มีการทำโฆษณาทางโทรทัศน์ บ้ายโฆษณาขนาดใหญ่ รวมไปถึงการตั้งป้ายประชาสัมพันธ์หน้าร้านค้าที่ร่วมรายการ และยังมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น จัดกิจกรรมทาง Facebook ให้ลูกค้าได้ร่วมสนุก มีการใช้ Line Official เพื่อกระจายข่าวสารต่าง ๆ หรือการลงรูปประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Instagram และมีการจัดทำคลิปวิดีโอสั้น ๆ ลงช่อง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้รวดเร็ว รวมไปถึงการให้ผู้มี Youtube Trueyou ไปรโมท และร่วมทำกิจกรรมกับทางชื่อเสียง ดารา ศิลปินมาเพื่อ TRUE YOU เช่น คุณเป็ป ธนวรรณ วรรณระภูติและนักร้องกลุ่ม BNK48 ซึ่งทั้งหมดนี้ถือว่าครอบคลุมไปยังทุกกลุ่มเป้าหมาย เป็นการเชิญชวนให้ลูกค้าของทรูที่ยังไม่รู้จัก TRUE YOU หรือยังไม่เคยใช้งาน ได้มีการรับรู้และมีความต้องการที่อยากจะเข้าใช้งานผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อรับข้อมูลข่าวสาร หรือดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน TRUE YOU มาใช้งาน

แอปพลิเคชันทรูยูของบริษัท ทรูคอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) มีไว้เพื่อบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้าโดยมอบสิทธิพิเศษต่าง ๆ ให้กับลูกค้าผู้ใช้งานเครือข่ายทรูทำให้เกิดทัศนคติที่ดีจนกลายเป็นลูกค้าที่ยั่งยืน มีความภักดีต่อตราสินค้าถือว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญในการสร้างยอดขายให้สูงขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการเก็บข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของเรา เช่น พฤติกรรมการนำคะแนนทรูพอยท์แลกซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ พฤติกรรมการใช้บริการในช่วงวันธรรมดากับวันหยุดยาวมีความแตกต่างกันหรือไม่ หรือพฤติกรรมการใช้บริการตามร้านค้าที่ร่วมรายการต่าง ๆ โดยข้อมูลดังกล่าวจะทำให้องค์กรมีฐานข้อมูลที่สำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถนำมาวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด อีกทั้งยังลดโอกาสในการสูญเสียลูกค้าที่จะมีแนวโน้มไปใช้สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ของคู่แข่งได้อีกด้วย

จากเนื้อหาที่กล่าวมานั้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา การรับรู้แอปพลิเคชันทรูยูการใช้งาน และความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้า เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาภาพลักษณ์ของแอปพลิเคชัน รูปแบบการใช้งาน และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยถือว่าเป็นกลยุทธ์การบริหารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอีกรูปแบบหนึ่ง อีกทั้งเพื่อสร้างฐานลูกค้าให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้นทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีในตราสินค้า รวมไปถึงยังเป็นการสร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการ กล่าวคือ ผลการวิจัยในครั้งนี้ จะทำให้องค์กรได้ทราบถึงว่า สื่อรูปแบบใดที่ส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน รูปแบบการใช้งานใดที่ทำให้เกิดความพึงพอใจจนส่งผลต่อความภักดีของตราสินค้า และ

หน่วยงานหรือองค์กรที่ทำแอปพลิเคชันเพื่อต้องการเข้าถึงลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบ ปรับปรุง พัฒนารูปแบบของแอปพลิเคชันให้ตรงความต้องการของลูกค้าในอนาคตได้อีกด้วย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้าทรู
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันทรูยูที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้าทรู
3. เพื่อศึกษาการรับรู้แอปพลิเคชันทรูยูที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้าทรู
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในแอปพลิเคชันทรูยูที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้าทรู

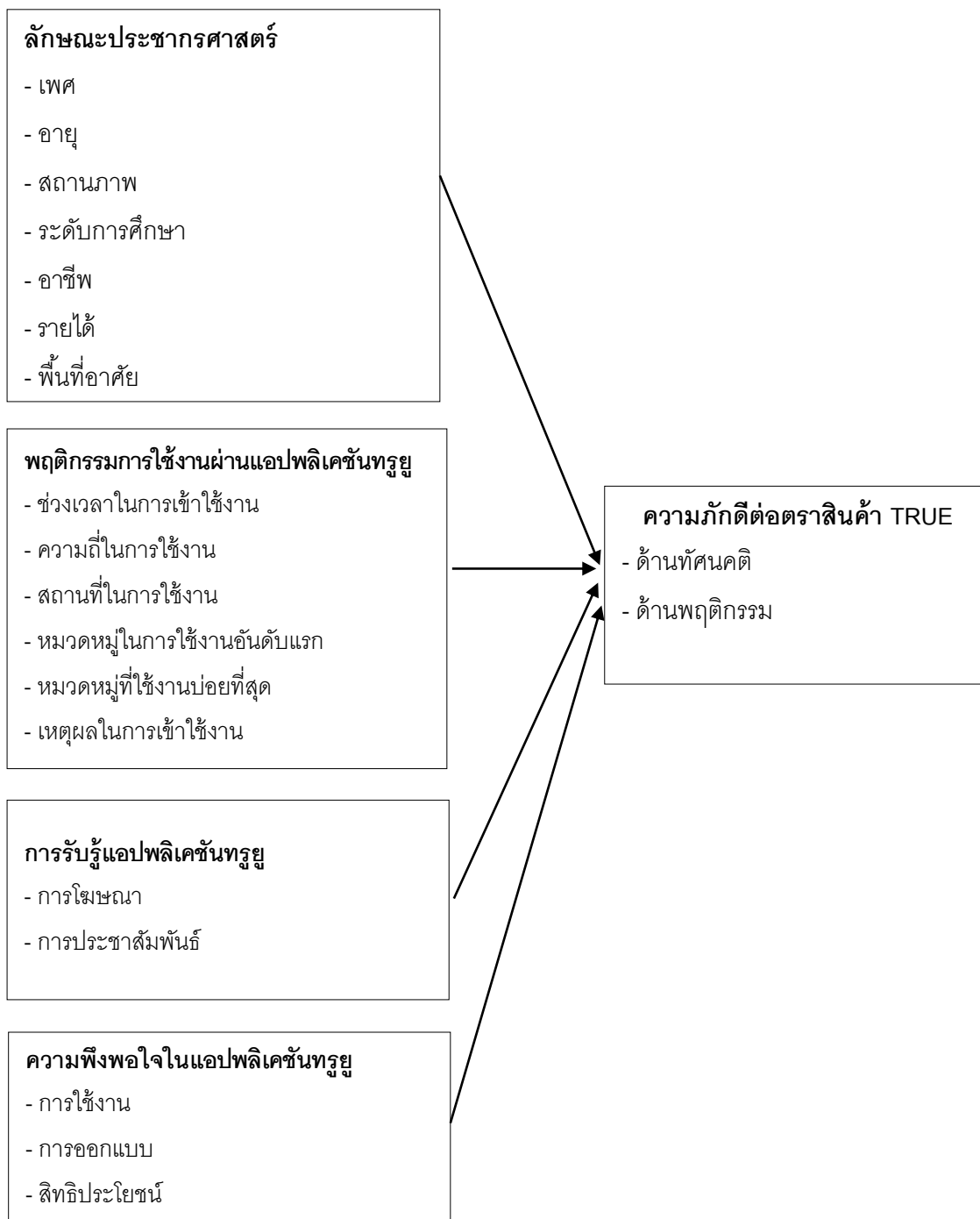
### สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความภักดีของตราสินค้าทรูแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันทรูยูที่แตกต่างกันมีผลต่อความภักดีของตราสินค้าทรูแตกต่างกัน
3. การรับรู้ของแอปพลิเคชันทรูยูที่แตกต่างกันมีผลต่อความภักดีของตราสินค้าทรูแตกต่างกัน
4. ความพึงพอใจในแอปพลิเคชันทรูยูที่แตกต่างกันมีผลต่อความภักดีของตราสินค้าทรูแตกต่างกัน

### ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้แอปพลิเคชันทรูยู การใช้งาน และความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้า ซึ่งบริษัททรูเป็นเครือข่ายไร้สายที่มีการสื่อสารผ่านช่องทางอื่น ๆ หลายช่องทาง เช่น การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ การส่งข้อความ ผ่านการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ หรือผ่านทางแอป sms พลิกชัน โดยผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาในส่วนของแอปพลิเคชันสิทธิพิเศษทรูยู ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจะเป็นกลุ่มที่เป็นลูกค้าของบริษัททรู ที่มีความสนใจในสิทธิพิเศษ และเคยโหลดแอปพลิเคชันทรูยูมาใช้งาน โดยรูปแบบจะเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีการเก็บข้อมูลผ่านทางแบบสอบถาม

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1.5 กรอบแนวคิดด้านการวิจัย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. องค์การธุรกิจต่าง ๆ สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างตราสินค้า
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยโดยสามารถนำผลที่ได้มาปรับใช้กับธุรกิจของผู้วิจัย
3. เพื่อเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการโดยสามารถนำแนวความคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชันซึ่งเป็นสื่อใหม่ไปใช้งานได้

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**การรับรู้** หมายถึง การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อ “แอปพลิเคชันทฤษฎี” ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในด้านรับรู้เกี่ยวกับการสื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์และออนไลน์

**การใช้งานแอปพลิเคชัน** หมายถึง การเปิดใช้งาน “แอปพลิเคชันทฤษฎี” เพื่อการตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภค ในเรื่องของสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคจะได้รับ จากการเป็นผู้ใช้งาน บริการต่าง ๆ ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)

**ความพึงพอใจในแอปพลิเคชัน** หมายถึง การได้รับสินค้าหรือบริการต่าง ๆ จากแอปพลิเคชันทฤษฎีของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีการตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริโภคทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจความรู้สึกเชิงบวกส่งผลให้เกิดแนวโน้มในการ ใช้สินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่อง

**แอปพลิเคชัน** หมายถึง “แอปพลิเคชัน” ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มอบสิทธิพิเศษ ส่วนลดร้านค้า และบริการต่าง ๆ ให้กับลูกค้าที่ใช้สินค้าและบริการของเครือข่ายทู

**ความภักดี** หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติเชิงบวก มีความพึงพอใจต่อตราสินค้าเป็นอย่างมาก โดยใช้สินค้าหรือบริการเพียงตราสินค้าเดียว โดยไม่เปลี่ยนไปบริโภคตราสินค้าอื่น ๆ พร้อมทั้งแนะนำให้ผู้อื่น ได้ใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ อีกทั้งยังมีการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร “ทู” บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

**ตราสินค้า** หมายถึง ชื่อตราสินค้า สัญลักษณ์ รูปลักษณ์ คำเฉพาะ คำขวัญการออกแบบต่าง ๆ ที่มีคำว่า “ทู” ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

**โมบายแอปพลิเคชัน** หมายถึง โปรแกรมที่ออกแบบมาเพื่อช่วยเหลือรองรับการใช้งานผ่านสมาร์ตโฟน เพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้งานด้านต่าง ๆ เช่นการส่งข้อมูล การพูดคุย เกมส์ และอื่น