



ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขต
กรุงเทพมหานคร

SERVICE USAGE SATISFACTION OF BROADBAND INTERNET WITH FIBER OPTICS IN
THE BANGKOK METROPOLITAN AREA

ทิวพรรณ ดีขุนทด

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2561

ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการใน
เขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

SERVICE USAGE SATISFACTION OF BROADBAND INTERNET WITH FIBER
OPTICS IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA



A Master's Project Submitted in partial Fulfillment of Requirements
for MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (Business Administration (Marketing))
Faculty of Business Administration for Society Srinakharinwirot University

2018

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ของ

ทิวพรรณ ดีขุนทด

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก
(อาจารย์ ดร.อัจฉริยา ศักดิ์นรงค์)

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

ชื่อเรื่อง	ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	ทิวพรณ ดิขุนทด
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2561
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. อัจฉริยา ศักดินรงค์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการหาค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 24 – 32 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกในระดับมาก คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับดี และมีความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกโดยรวมในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มี เพศ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ผู้ใช้บริการที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

คำสำคัญ : คุณภาพบริการ, อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก, ความรู้ความเข้าใจ

Title	SERVICE USAGE SATISFACTION OF BROADBAND INTERNET WITH FIBER OPTICS IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA
Author	TIWAPHUN DEEKHUNTOD
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2018
Thesis Advisor	Atchareeya Saknarong , Ph.D.

This research aimed to study the service usage satisfaction of consumers of in broadband internet with fiber optics in the Bangkok metropolitan area. The samples consisted of four hundred users who used broadband internet fiber optic in Bangkok metropolitan area. A questionnaire was used as a tool for data collection. The statistics used for the data analysis included means, percentage, and standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and Pearson Product Moment Correlation Coefficient. The results of the research found that most of the respondents were female, aged twenty four to thirty two, hold a bachelor's degree, an average income of 15,001 – 25,000 baht, and were private company employees. The cognitive aspect of broadband internet and a fiber optic service were found to be at a high level. The overall service quality in terms of using broadband internet and a fiber optic service were at a high level. The overall satisfaction results regarding broadband internet and fiber optic services were also at a high level. The results of hypotheses testing were as follows service users of with different genders and occupations had different satisfaction levels regarding broadband internet and fiber optic services with a statistical significance 0.01 and 0.05, respectively. The users with different cognitive results had different satisfaction levels regarding broadband internet and fiber optic services with a statistical significance of 0.01. The service quality in the aspects of tangibility, reliability, responsiveness assurance and empathy were related to satisfaction in the same direction and at a medium level, with a statistical significant level of 0.01

Keyword : Service quality, Broadband internet with fiber optic, Cognitive

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี อันเนื่องมาจากความเมตตากรุณา และความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากอาจารย์ ดร.อัคริยา ศักดิ์นรงค์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์นี้ทั้งยังให้คำปรึกษา คำแนะนำที่มีประโยชน์ ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข ช่วยเหลือและขัดเกลาข้อผิดพลาด จนสารนิพนธ์ที่จัดทำมีความครบถ้วนและความถูกต้อง ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.อัคริยา ศักดิ์นรงค์ เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา และอาจารย์ ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ที่กรุณาเป็นกรรมการในการสอบสารนิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ ที่กรุณามาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสอบครั้งนี้ พร้อมให้คำแนะนำต่างๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องจนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้ความเมตตากรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม เพื่อความมีประสิทธิภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ในคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้ความช่วยเหลือ ตลอดจนประสานงานที่ดีแก่ผู้วิจัย พร้อมทั้งให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา รวมถึงเจ้าหน้าที่ประจำภาคบริหารธุรกิจ และเจ้าหน้าที่ประจำห้องบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ที่คอยช่วยเหลือ และให้คำปรึกษาเป็นอย่างดีในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบิดาและมารดาของผู้วิจัย ที่สนับสนุนและส่งเสริม พร้อมทั้งให้กำลังใจมาโดยตลอด และขอขอบคุณเพื่อนร่วมงานที่คอยช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้วิจัย คอยช่วยเหลือสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี ขอขอบคุณเพื่อนๆนิสิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม สาขาการตลาดรุ่นที่ 19 สำหรับมิตรภาพ และคำแนะนำต่างๆที่มีส่วนช่วยให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ รวมถึงผู้ที่ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถามจนประสบความสำเร็จออกมาได้เป็นอย่างดี อีกทั้งทุกท่านที่มีส่วนร่วมในความสำเร็จของสารนิพนธ์ฉบับนี้ที่ไม่ได้เอ่ยนาม ใน ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้จะเกิดประโยชน์แก่อนิสิต นักศึกษา ผู้เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจเกี่ยวกับหัวข้อสารนิพนธ์ หากผลงานวิจัยมีสิ่งดีงามเป็นประโยชน์สูงสุด ผู้วิจัยขออุทิศสิ่งดีงามเหล่านี้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่านและขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

ทิวพรรณ ดิขุนทด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	4
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	4
ตัวแปรที่ศึกษา	5
นิยามคำศัพท์เฉพาะ	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
สมมติฐานในการวิจัย.....	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก	11
2. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์	12

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ.....	17
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....	25
5. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ.....	31
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	40
1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	40
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	40
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	40
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย	47
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล	48
4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	58
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	59
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	69
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	84
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	86
สังเขปการวิจัย.....	86
วิธีดำเนินการวิจัย.....	87
สรุปผลการวิจัย.....	91

อภิปรายผลการวิจัย	95
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้	101
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	103
บรรณานุกรม	105
ภาคผนวก.....	109
ประวัติผู้เขียน.....	116



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจ.....	5
ตาราง 2 แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจ.....	42
ตาราง 3 แสดงการคำนวณ Completely Randomized Design (CRD) ANOVA.....	53
ตาราง 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$	56
ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม..	60
ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภท ไฟเบอร์ออฟติกของผู้ตอบแบบสอบถาม	62
ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก	64
ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก	65
ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก	68
ตาราง 10 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามเพศ โดยใช้ Levene's test	69
ตาราง 11 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามเพศ.....	70
ตาราง 12 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ของแต่ละกลุ่มอายุ โดยใช้ Levene's test	71
ตาราง 13 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามอายุ โดยใช้ F-test.....	72
ตาราง 14 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้ Levene's test	73

ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	73
ตาราง 16 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติก ของแต่ละกลุ่มรายได้ โดยใช้ Levene's test.....	75
ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามรายได้ โดยใช้ Brown-Forsythe test	75
ตาราง 18 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติก ของแต่ละกลุ่มอาชีพ โดยใช้ Levene's test.....	77
ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Brown-Forsythe test	77
ตาราง 20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ด้วย Dunnett T3.....	78
ตาราง 21 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติก ของแต่ละกลุ่มความรู้ความเข้าใจโดยใช้ Levene's test.....	80
ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตก โดยจำแนกตามความรู้ความเข้าใจ	80
ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความ น่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการ ตอบสนองกับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ ออฟติก	82
ตาราง 24 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย	84

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
--	---



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การสื่อสารคือพื้นฐานการเชื่อมโยงมนุษย์เข้าด้วยกัน ทำให้ในปัจจุบันการพัฒนาของธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมมีรูปแบบเปลี่ยนไปอย่างมาก โดยในอดีตนั้นมีการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์หรืออินเทอร์เน็ตบ้านของผู้บริโภคยังไม่มีความซับซ้อนมาก ส่วนใหญ่เป็นการค้นหาข้อมูล เล่นเกม โซเชียลมีเดีย แต่ยุคนี้มีปริมาณคอนเทนต์มากขึ้น ทำให้ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งในอนาคตจะมีเทคโนโลยี “ อินเทอร์เน็ต ออฟ ธิง ” เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตทุกรูปแบบ หมายความว่าไม่ได้มีเพียงแค่คอมพิวเตอร์และมือถือเท่านั้นที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแต่จะมีอุปกรณ์อื่น ๆ อีกมากที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีนี้ ทำให้เห็นได้ว่าตลาดอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ที่เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมครัวเรือนนิยมใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแบบเก่า ADSL (ระบบสายโทรศัพท์) โดยซึ่งเมื่อไม่นานมานี้เพื่อรองรับการเชื่อมต่อผ่านวงจรสื่อสารความเร็วสูง ทำให้ผู้ใช้บริการหลายท่านได้เข้าสู่ยุคของอินเทอร์เน็ตบนเทคโนโลยีที่ใช้สายไฟเบอร์ออฟติกหรือสายใยแก้วนำแสง ที่ขึ้นชื่อว่าเสถียรกว่าสายทองแดงและสามารถรับ-ส่งข้อมูลได้เสถียรรองรับทุกความต้องการในยุคดิจิทัล

ธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจะเห็นได้ว่ารูปแบบของการให้บริการอินเทอร์เน็ตของประเทศไทยในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของการใช้งานของผู้ใช้บริการ อีกทั้งในการรับบริการต้องมีความคาดหวังที่แตกต่างกันออกไปในเรื่องของคุณภาพ และราคาในการรับบริการ โดยโครงข่ายอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกเป็นบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านโครงข่ายไฟเบอร์ออฟติกเท่านั้นสามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างหลากหลาย มีคุณสมบัติเด่นคือเป็นเทคโนโลยีสามารถรองรับความเร็วได้สูงสุดในปัจจุบันรองรับการใช้งานบนโลกออนไลน์ เช่น ดูทีวี เล่นเกม ชมภาพยนตร์ Video On Demand, CCTV เป็นต้น โดยสถิติล่าสุดตัวเลขของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบ้านในไทย พบว่าผู้ครองส่วนแบ่งการตลาดคือ TrueOnline ที่ครองอันดับ 1 มาได้อย่างยาวนาน ตามมาด้วย 3BB, TOT และ AIS Fibre (สำนักงานวิชาการจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม, 2560) แม้จะมีการแข่งขันที่รุนแรง แต่ยอดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตามบ้านในไทยก็มีแนวโน้มเติบโตที่ดี โดยข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าจำนวนผู้ให้บริการเน็ตบ้านปี 2560-2561 จะเพิ่มขึ้นเป็น 8.5 และ 9.9 ล้านรายตามลำดับ และ ณ สิ้นไตรมาสที่ 3 ปี 2560 มีผู้ลงทะเบียนใช้บริการอินเทอร์เน็ตประจำทั้งสิ้น จำนวน 7,884.60 ราย

เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้าร้อยละ 1.2 เมื่อพิจารณาอัตราการเข้าถึงของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ณ สิ้นไตรมาส 3 ปี 2560 มีอัตราการเข้าถึงอยู่ที่ร้อยละ 36.97 ของครัวเรือน เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้าร้อยละ 1.2 โดยพบว่า การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประเภทผ่านสายทองแดงมีสัดส่วนสูงที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 59.94 ของการเชื่อมต่อทั้งหมดตามด้วยการเชื่อมต่อแบบ Cable Broadband ร้อยละ 16.62 ตามด้วยการเชื่อมต่อผ่านโครงข่ายไฟเบอร์ออปติกร้อยละ 21.25 และการเชื่อมต่อแบบอื่น ๆ ร้อยละ 2.18 โดยการเชื่อมต่อผ่านโครงข่ายไฟเบอร์ออปติกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแม้จะมีการแข่งขันที่รุนแรง แต่ยอดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตามบ้านในไทยก็มีแนวโน้มเติบโตที่ดีส่งผลให้การเข้ามาเป็นผู้เล่นรายใหม่ในตลาดเป็นสิ่งที่น่าสนใจและสร้างกำไรให้กับธุรกิจได้เป็นอย่างมาก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าตลาดมีการแข่งขันที่ไม่ความแตกต่างกันแต่สิ่งที่จะเป็นตัวตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการที่เคยมีประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตมาระยะเวลาหนึ่ง มีความเกี่ยวเนื่องในเรื่องของคุณภาพของบริการอินเทอร์เน็ต แต่สิ่งที่เป็นประโยชน์อีกทางหนึ่งคือ ความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้บริการต่อบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ส่งผลให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้หลากหลายรูปแบบเพราะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตไม่สามารถเปรียบเทียบคุณภาพของบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตแต่ละบริษัทได้ถ้าไม่มีความรู้ความเข้าใจมากพอ ด้วยเหตุนี้การให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดชั้นดี เนื่องจากการบริการที่มีคุณภาพจะสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจที่ดีแก่ผู้ใช้บริการซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจในระยะยาว บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับ-ส่งข้อมูลได้รวดเร็วมากขึ้น อย่างไรก็ตามประสบการณ์การใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกดังที่กล่าวไปทำให้ทราบว่า ปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก คือ ความรู้ความเข้าใจและคุณภาพบริการเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก โดยเนื่องจากมีงานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ในประเทศเพียงเล็กน้อย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่สามารถนำมาเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นไปในอนาคตและนำไป

พัฒนาเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ ต่อไปให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจอย่างต่อเนื่อง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และการศึกษาสูงสุด
2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองกับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก เพื่อที่จะได้นำไปวางแผนทางกลยุทธ์ทางการตลาด ได้อย่างถูกต้องในการเข้ามาเป็นผู้เล่นในตลาดรายใหม่
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ประกอบการให้ดียิ่งขึ้นและมีความเหมาะสมเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ให้บริการหันมาใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการศึกษาเพิ่มเติมด้านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกในการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วาณิชบัญชา 2546; กัลยา วาณิชบัญชา, 2544) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง และสำรองจำนวนตัวอย่างไว้จำนวน 15 ตัวอย่าง รวมเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยวิธีการจับฉลากเพื่อสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 เขต ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่มตามที่ตั้งของพื้นที่ ได้แก่ เขตชั้นใน เขตชั้นกลางและเขตชั้นนอก ผู้วิจัยได้ทำการจับฉลากเพื่อสุ่มตัวอย่างจากพื้นที่เขตชั้นนอกจำนวน 1 เขตปกครอง, เขตชั้นกลางและเขตชั้นใน พื้นที่ละ 2 เขตปกครอง เนื่องจากเขตชั้นใน และเขตชั้นกลางเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนเขตปกครองมากกว่าเขตชั้นนอก โดยรวมได้กลุ่มตัวอย่าง 5 เขต คือ เขตชั้นใน ได้แก่ เขตห้วยขวางและเขตจตุจักร เขตชั้นกลาง ได้แก่ เขตบางกะปิและเขตคันนายาว เขตชั้นนอก ได้แก่ เขตหลักสี่

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดโควตา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาจากขั้นตอนที่ 1 มีจำนวน 5 เขต โดยเก็บเขตละเท่า ๆ กันได้ประมาณเขตละ 80 คน ต่อเขต รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ โดนเลือกเจาะจงไปยังสถานที่ตามเขตที่สุ่มไว้ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจ

เขตการปกครอง	เขต	สถานที่	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
เขตชั้นใน	เขตห้วยขวาง	ห้างสรรพสินค้าเดอะสตรีท	80
		ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าแกรนด์	
		พระราม 9	
	เขตจตุจักร	ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว	80
เขตชั้นกลาง	เขตบางกะปิ	ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางกะปิ	80
		ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ รามคำแหง	
	เขตคันนายาว	ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์	80
		ศูนย์การค้าเดอะพารามานาด	
เขตชั้นนอก	เขตหลักสี่	ศูนย์การค้าไอทีสแควร์	80

ขั้นตอนที่ 4 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) เลือกตัวอย่างจากประชากร 5 เขตที่สุ่มในขั้นที่ 1 ซึ่งสะดวกจะให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้จนครบ 400 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย

1.1.1. เพศ

1.1.1.1. ชาย

1.1.1.2. หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1. 15 – 23 ปี

1.1.2.2. 24 – 32 ปี

1.1.2.3. 33 – 41 ปี

1.1.2.4. 42 – 50 ปี

1.1.2.5. 51 ปีขึ้นไป

1.1.3. การศึกษาสูงสุด

1.1.3.1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.3.2. ปริญญาตรี

1.1.3.3. สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4. รายได้

1.1.4.1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

1.1.4.2. 15,001 – 25,000 บาท

1.1.4.3. 25,001 – 35,000 บาท

1.1.4.4. 35,001 – 45,000 บาท

1.1.4.5. 45,001 บาทขึ้นไป

1.1.5. อาชีพ

1.1.5.1. นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต

1.1.5.2. รัฐบาล/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.5.3. พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.5.4. ธุรกิจส่วนตัว

1.1.5.5. พ่อบ้าน หรือ แม่บ้าน

1.1.5.6. อาชีพอื่น

1.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

1.3 คุณภาพการบริการ

1.3.1. ด้านความน่าเชื่อถือ

1.3.2. ด้านการสร้างความมั่นใจ

1.3.3. ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ

1.3.4. ด้านการดูแลเอาใจใส่

1.3.5. ด้านการตอบสนอง

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. **ลักษณะประชากรศาสตร์** หมายถึง ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพและระดับการศึกษา
2. **ผู้ให้บริการ** หมายถึง ผู้ให้บริการเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายในบ้านผ่านโครงข่ายประเภทไฟเบอร์ออฟติก
3. **อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก** หมายถึง อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านโครงข่ายประเภทไฟเบอร์ออฟติก เป็นโครงข่ายที่ใช้ไฟเบอร์ออฟติกในการเชื่อมต่อทั้งระบบสามารถรับ-ส่งสัญญาณได้เป็นจำนวนมาก และส่งได้ในระยะไกล โดยมีการสูญเสียของข้อมูลน้อยกว่าสายโคแอกเชียลหรือสายทองแดง ทำให้คุณภาพสัญญาณเสถียรมากกว่าอินเทอร์เน็ตแบบทั่วไป
4. **ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก** หมายถึง ความสามารถในการอธิบายเกี่ยวกับลักษณะความสำคัญและคุณสมบัติของอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก
5. **คุณภาพการบริการ** หมายถึง การประเมินคุณภาพบริการของการใช้บริการที่เกิดจากการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก อันเป็นผลจากการใช้บริการในปัจจุบันหรือจากประสบการณ์ในการใช้บริการในอดีต ประกอบด้วย
 - 5.1 **ความน่าเชื่อถือ** หมายถึง ผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ ผู้ให้บริการมีการบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำอย่างถูกต้องและชัดเจน ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการด้วยความรับผิดชอบ
 - 5.2 **การสร้างเชื่อมั่น** หมายถึง ท่านสามารถมั่นใจได้ว่าผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญและความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด ผู้ให้บริการมีการบริการด้วยวาจาสุภาพ อ่อนโยน และมีอัธยาศัยดี ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกสามารถให้คำอธิบายและตอบข้อสงสัยได้ตรงประเด็น ชี้แจงขั้นตอนวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ในการให้บริการมีความคล่องตัว
 - 5.3 **รูปลักษณ์ทางกายภาพ** หมายถึง ศูนย์บริการมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและทันสมัยเมื่อท่านเข้ามาใช้บริการ สถานที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ศูนย์บริการมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีความสะอาด มีเอกสารแนะนำข้อมูลแก่ผู้มารับบริการ

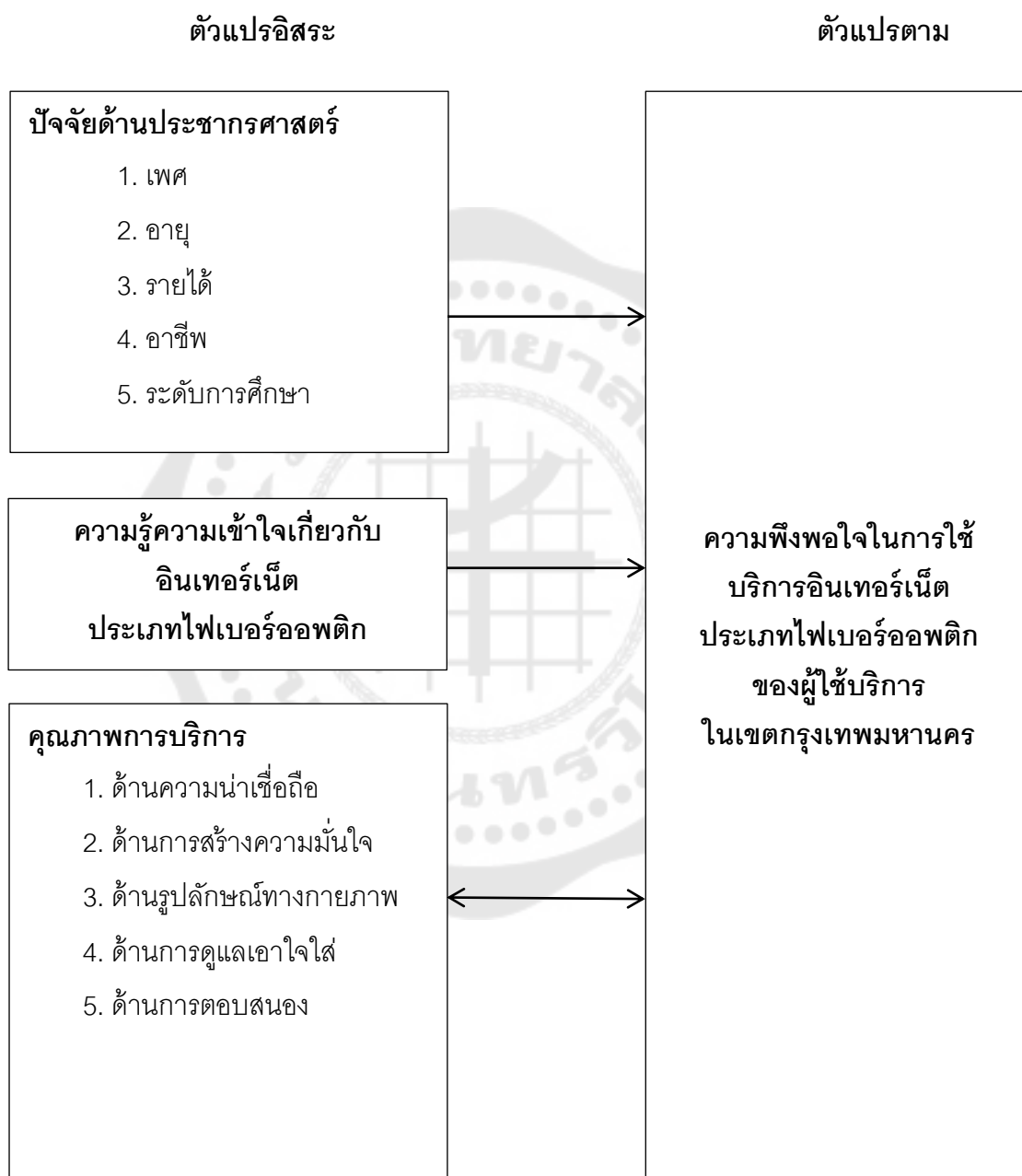
5.4 **การดูแลเอาใจใส่** หมายถึง ผู้ให้บริการทำให้ท่านรู้สึกได้ว่าท่านได้รับการเป็นพิเศษผู้ให้บริการรับฟังปัญหาหรือข้อซักถามของลูกค้าอย่างเต็มที่ ผู้ให้บริการเข้าใจถึงความต้องการของท่าน ผู้ให้บริการเอาใจใส่และให้ความสนใจผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

5.5 **การตอบสนอง** หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถบริการด้วยความรวดเร็ว ทันต่อความต้องการ ผู้ให้บริการมีความพร้อมในการแนะนำและให้คำปรึกษาแก่ท่าน ระยะเวลาในการให้บริการของผู้ให้บริการแต่ละขั้นตอนมีความเหมาะสม ผู้ให้บริการแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพ สามารถแก้ไขจนสามารถใช้บริการได้ตามปกติ

6. **ความพึงพอใจที่มีต่อบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่เกิดจากการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก โดยความพึงพอใจนั้นเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่ผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงคุณภาพของอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ความสะดวกสบายในการใช้บริการ และราคามีความเหมาะสม ซึ่งเป็นความพึงพอใจที่เกิดขึ้นภายหลังจากการได้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาและวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด รายได้ และอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกแตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกแตกต่างกัน
3. คุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก
2. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก

ในธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมมีการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับวงจรสื่อสารความเร็วสูงล้วนมีเทคโนโลยีการให้บริการที่แตกต่างกันไป โดยจะเห็นได้ว่ารูปแบบของการให้บริการอินเทอร์เน็ตของประเทศไทยในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับประเภทของการใช้งานของผู้ใช้บริการ ทั้งส่วนขององค์กรขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ หรือแม้แต่การใช้งานของผู้ใช้บริการในระดับของอินเทอร์เน็ตตามที่พักอาศัย อีกทั้งในการรับบริการก็ต้องมีความคาดหวังที่แตกต่างกันออกไปในเรื่องของคุณภาพ และราคาในการรับบริการ แต่ในบางครั้งของการใช้งานก็ไม่สามารถที่จะระบอการแก้ไขปัญหาได้ในกรณีที่ไม่ได้รับความสะดวกในการใช้งาน จึงมีการแบ่งการให้บริการออกเป็นอินเทอร์เน็ตองค์กรและอินเทอร์เน็ตทั่วไป ที่ประกอบด้วยเทคโนโลยีที่เป็นการใช้งาน ประกอบด้วย

1. ADSL Internet คือ เทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและเครือข่ายระยะไกลได้ด้วยความเร็วสูงโดยใช้คู่สายโทรศัพท์ธรรมดา ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่เปลี่ยนสายโทรศัพท์ที่ทำจากลวดทองแดงให้ให้เป็นสายสัญญาณนำส่งข้อมูลความเร็วสูง ซึ่งความเร็วในการรับข้อมูลเข้า (Download) จะอยู่ประมาณ 8 Mbps และการส่งข้อมูล (Upload) อยู่ที่ประมาณ 1 Mbps แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงด้วย และพื้นที่ในการรับบริการ

2. FTTX Internet คือ เทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงที่สุดผ่านโครงข่ายใยแก้วนำแสงหรือไฟเบอร์ออฟติกเท่านั้น ไร้สัญญาณรบกวนเนื่องจากไม่ได้เป็นทองแดง ไม่มีปัญหาเรื่องความชื้นแถมยังมีอายุการใช้งานถึง 30 ปี ทำความเร็วได้สูงสุดถึง 1 Gbps เป็นบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโครงข่ายไฟเบอร์ออฟติกที่ใช้แสงในการส่งข้อมูลแบบ PON (Passive Optical Network) ซึ่งข้อดีของการใช้ไฟเบอร์ออฟติกจะทำให้มี สัญญาณรบกวนน้อย ส่งข้อมูลปริมาณมหาศาลได้ในระยะไกล ๆ

โดยโครงข่าย FTTX Internet กำลังเป็นที่สนใจและนิยมในขณะนี้โดย FTTX Internet หรือ อินเทอร์เน็ตไฟเบอร์ออฟติกเป็นเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ความเร็วสูงผ่านสายเคเบิลใยแก้วนำแสง โดยถ้าปัจจุบันเราใช้ ADSL ซึ่งสายโทรศัพท์นี้เป็นสายทองแดง ได้ความเร็วเต็มที่แค่ 9-10 Mbps หากเราเปลี่ยนมาใช้อินเทอร์เน็ตไฟเบอร์ออฟติก ที่เปลี่ยนจากสายทองแดงเป็นสายไฟเบอร์ออฟติก เมื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเราจะได้อินเทอร์เน็ตแรงเร็วสูงมากขึ้น ด้วยความเร็วสูงระดับ 1 Gbps การอัพโหลดมีประสิทธิภาพในการรับ-ส่งข้อมูลที่เร็วอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถประยุกต์ในการใช้งานเน็ตในรูปแบบต่าง ๆ ที่แตกต่างจากการใช้งานผ่านเน็ต ADSL ธรรมดา เช่น สามารถดูรายการทีวีบนอินเทอร์เน็ตด้วยความละเอียดสูง สามารถดูทีวีไปใช้งานอินเทอร์เน็ตไปผ่านทางทีวีแบบคุณภาพ เราสามารถทำประชุมทางไกลผ่านทางวิดีโอคอนเฟอเรนซ์พร้อมกันหลาย ๆ คน การเรียนการสอนผ่านทางไกล การรับส่งไฟล์ผ่านทางคลาวด์ คอมพิวเตอร์อย่างรวดเร็ว, การรักษาโรคผ่านระบบทางไกล, ดูกล้องผ่านทางไอพีแคมล่าความละเอียดสูงและการถ่ายทอดสดแบบเสมือนจริง ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการ FTTX Internet หรือ อินเทอร์เน็ตไฟเบอร์ออฟติก ได้แก่ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) , บริษัท ทริปเปิ้ลที อินเทอร์เน็ต จำกัด , บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด , บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

2. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550 : 51-52) กล่าวว่า การแบ่งส่วนการตลาดของตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ต่อเดือน ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะสำคัญที่มีส่วนช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย สามารถอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย โดยข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด ทั้งนี้บุคคลที่มีลักษณะประชากรศาสตร์

แตกต่างกันก็จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกันตามมามากด้วย ซึ่งสามารถวิเคราะห์จากปัจจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ความแตกต่างทางเพศ มีส่วนทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน คือ เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกัน ในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน

2. ความแตกต่างทางอายุเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมากในขณะที่คนอายุมาก มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องจากผ่านช่วงประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่าง กัน ลักษณะการใช้การติดต่อสื่อสารแตกต่างกันตามประสบการณ์ที่ผ่านเข้ามาในแต่ละช่วงอายุ

3. ความแตกต่างทางการศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความเข้าใจสารได้ดี ในขณะที่คนมีการศึกษาน้อยมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่า

4. ความแตกต่างทางสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ สถานภาพทางสังคมของ บุคคลมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะบุคคลมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกันตาม สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

วารุณี ต้นดวงศวาณิช (2554 : 105-107) ได้กล่าวว่า โครงสร้างทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย คุณลักษณะหลายประการ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านเพศ หมายถึง เพศชายและหญิงมีความแตกต่างกันทั้งด้านการศึกษาการเข้าสู่แรงงาน อาชีพ รายได้ และคุณลักษณะอื่น ๆ

2. องค์ประกอบด้านอายุของประชากร หมายถึง สัดส่วนของประชากรในแต่ละกลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีผลต่ออัตราการเกิด การตาย สมรสและย้ายถิ่นที่อยู่ส่งผลให้มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

3. องค์ประกอบด้านสถานภาพ หมายถึง สัดส่วนของประชากรที่มีสถานภาพโสดหรือสมรส ซึ่งสามารถใช้เป็นเครื่องวัดความแตกต่างทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมได้ในระหว่างประเทศเพราะส่งผลให้เห็นลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันไปตามสถานภาพ

4. องค์ประกอบด้านการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาเป็นดัชนีแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศส่งผลให้มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันไปตามระดับทางการศึกษา

5. องค์ประกอบด้านอาชีพ หมายถึง อาชีพที่ส่งผลให้เห็นลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะตัวเลขด้านอาชีพจะแสดงถึงการมีงานทำ การว่างงานรวมถึงสถานะด้านอาชีพเป็นองค์ประกอบอย่างสำคัญต่อฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีความสำคัญ

6. องค์ประกอบด้านรายได้ หมายถึง การส่งผลให้เห็นถึงลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน สามารถแสดงคุณลักษณะในเชิงเศรษฐกิจของประชากรจากการใช้จ่ายอุปโภคบริโภค ทำให้ทราบว่ามีการกระจายจำนวนเท่าใดที่มีรายได้แตกต่างกัน

โดยกล่าวว่าองค์ประกอบทางประชากรออกเป็น 2 ลักษณะทั้งในความหมายแคบที่จำแนกตามกลุ่มอายุตามเพศและในความหมายกว้างที่มีการพิจารณาตามสถานภาพการสมรส ความหนาแน่นของประชากร การกระจายตัวของประชากร รวมทั้งคุณลักษณะที่แตกต่างตามเศรษฐกิจสังคมของประชากรบุคคล หรือกลุ่มบุคคลนั้น ๆ ทั้งนี้จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถอธิบายความสอดคล้องของทั้งสองลักษณะดังกล่าวดังนี้

1. คุณลักษณะทางชีวสังคม (Biosocial Characteristics) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องตามคติชีววิทยา (Biological) หรือองค์ประกอบทางกายภาพ (Physical Component) ดังนั้นลักษณะประชากรศาสตร์จึงเป็นคุณลักษณะที่ติดมากับตัวมาตั้งแต่เกิด คุณลักษณะทางชีวภาพดังกล่าว ประกอบด้วย อายุ เพศ เชื้อชาติและจริยธรรมจรรยา เป็นต้น ทั้งนี้คุณลักษณะสามประการแรกเป็นองค์ประกอบทางชีววิทยา ในขณะที่จริยธรรมจรรยามีพื้นฐานมาจากมรดกวัฒนธรรม

2. คุณลักษณะทางสังคมวัฒนธรรม (Social Cultural Characteristics) เป็นตัวบอกลำดับขั้นทางสังคมของแต่ละบุคคล ดังนั้น ปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมนี้จึงแตกต่างจากปัจจัยทางชีวสังคม เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงได้ ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วยลักษณะประชากรศาสตร์ทาง สถานภาพการสมรสรูปแบบความเป็นอยู่ โครงสร้างครอบครัว รายได้ การศึกษา ตลอดจนอาชีพและสถานภาพการทำงาน การนับถือศาสนา

ภาวณี กาญจนภา (2554 : 72) ได้กล่าวไว้ว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประชากร มีรากฐานของ คำศัพท์ภาษากรีก มาจากคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ที่แปลว่า ประชากร หรือประชาชนและคำว่า “Graphy” หมายถึง “Description” มีความหมายว่า ลักษณะ ซึ่งการนำคำศัพท์ทั้งสองมา รวมกันก็จะให้ความหมายว่า วิชาที่เกี่ยวกับประชากร

นอกจากนี้ แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์ เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหลักการเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่อาจจะเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก เช่น แรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น และเมื่อก้าวถึงประชากรที่แตกต่างกันก็จะนำไปสู่พฤติกรรมและการตัดสินใจที่แตกต่างกันไปด้วย ส่วนแนวความคิดด้านประชากรศาสตร์นั้น จะสามารถจำแนกประชากร ออกเป็นกลุ่ม ๆ ได้จากลักษณะ และพฤติกรรม อย่างเช่น กลุ่มบุคคลที่มีลักษณะและบุคลิกใกล้เคียงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน รวมไปถึงบุคคลที่อยู่ในชนชั้นทางสังคมเดียวกันก็จะตอบสนองถึง ข่าวสาร ความต้องการ ไปในทิศทางเดียวกัน และยิ่งไปกว่านั้นปัจจัยการเปลี่ยนแปลงของประชากรอาจจะมาจากปัจจัย ทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม รวมไปถึงแนวความคิดของประชากรศาสตร์ สามารถ จำแนกและอธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะตนของคนนั้น ๆ ซึ่งมีผลต่อการสื่อสารกับผู้รับสาร ในสถานการณ์ต่าง ๆ และในการสื่อสาร ถ้าผู้รับสารมีจำนวนน้อยก็อาจจะไม่ส่งผลให้เกิดปัญหาได้เพราะเราสามารถวิเคราะห์ให้ผู้รับสารได้ทุกคนแต่ถ้าในทางกลับกันบางสถานการณ์ผู้รับสารมีจำนวนมากเราจะไม่สามารถวิเคราะห์ให้ผู้รับสารได้อย่างละเอียดถี่ถ้วน ดังนั้น การจำแนกผู้รับสาร ออกเป็นกลุ่ม ๆ ก็อาจทำให้ง่ายต่อการสื่อสารมากขึ้นโดย ซึ่งสามารถจำแนกตามลักษณะประชากรได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานะทางสังคม ศาสนาปัจจัยเหล่านี้ อาจส่งผลกระทบต่อ การตีความ การรับรู้ความเข้าใจในการสื่อสาร ข้อมูล ด้านประชากรจะมีประสิทธิภาพและเข้าถึงมากที่สุดก็ต่อเมื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่งคนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันก็จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน

1. เพศ หมายถึงการจำแนกปัจจัย ทางด้านเพศออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ ๆ คือเพศหญิงและเพศชาย ที่มีความแตกต่างกันตาม กายภาพ ความถนัด อารมณ์ สภาวะทางจิตใจและการตัดสินใจ ซึ่งจะนำมาสู่ความคิด ทักษะคติ รสนิยม ที่แตกต่างกัน รวมไปถึงประเพณีและวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ หากกล่าวถึงเพศหญิงจะมีแนวโน้มในการส่งสารและรับข่าวสาร ได้ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับเพศชาย แต่ในทางกลับกันเพศชาย ไม่ได้เน้นย้ำไปถึง แคการรับส่งข่าวสารทางปกติเท่านั้น แต่เพศชายยังต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์ต่อผู้รับสารและส่งสาร อีกทั้งเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะคล้อยตามผู้อื่นได้ง่ายกว่าเพศชายและเพศหญิงมีความสามารถในการสื่อสาร เลียนแบบพฤติกรรมและบุคลิกภาพนั้น ๆ จากผู้อื่นได้ดีกว่าผู้ชาย อย่างไรก็ตาม ทั้งสองเพศมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ อันจะส่งผลต่อการใช้ชีวิต การรับรู้ ข่าวสารและการประยุกต์เพื่อใช้ในการชีวิตประจำวัน

2. อายุ หมายถึงปัจจัยที่มีความสำคัญซึ่งสามารถเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจ และวุฒิภาวะในการใช้ชีวิต รวมไปถึงพฤติกรรมและความคิด อีกทั้งอายุยังเป็นตัวแปรที่สามารถ

เปลี่ยนไปได้ตามกาลเวลา สามารถดูได้จากบุคคลที่มีอายุน้อยกว่าอาจจะมีการตัดสินใจที่มีอารมณ์เข้ามาเป็นส่วนเกี่ยวข้องมากกว่าและบุคคลที่มีอายุน้อยกว่าก็จะมีความคิดที่เป็นค่านิยมมากกว่า บุคคลที่มีอายุมาก อีกทั้งกลุ่มบุคคลที่มีอายุน้อยจะเป็นกลุ่มที่มองโลกในแง่ดีมากกว่า และยึดถือในอุดมการณ์ของตัวเองเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มบุคคลที่มีอายุมากกว่า อย่างไรก็ตาม กลุ่มบุคคลที่มีอายุมาก จะมีความคิดเชิงอนุรักษ์นิยมและยึดถือหลักปฏิบัติมากกว่า สรุปว่าบุคคลที่มีอายุเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จะมีผลต่อการตัดสินใจที่รอบคอบมากขึ้นทั้งความคิด พฤติกรรม รวมไปถึงการสื่อสารที่มีการ เปลี่ยนไปตามอายุและประสบการณ์ ซึ่งบุคคลที่มีอายุมากกว่าจะสามารถรับการสื่อสารได้ดีกว่า บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า อีกทั้งอายุที่เพิ่มมากขึ้นสามารถเป็นปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงในวิถีคิดและสิ่งที่สนใจในอนาคตตามลำดับ

3. การศึกษา หมายถึงระดับการศึกษาและความรู้ที่ได้รับจากสถาบันและอาจรวมถึงประสบการณ์ชีวิตของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งบ่งบอกถึงความรู้หนังสือ ซึ่งมีผลต่อการรับข่าวสารต่าง ๆ ขณะที่การศึกษายังจะช่วยให้บุคคลนั้น ๆ มีความรู้ทั้งทางด้านวิชาการ ด้านดำเนินชีวิตประจำวัน สิ่งเหล่านี้ทำให้ความสามารถในการรับข่าวสารเพิ่มมากขึ้นและสามารถแยกแยะ ข่าวสารต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งการศึกษาได้เริ่มส่งผลตั้งแต่ผู้สอนมาถึงผู้เรียน ผู้สอนสามารถ สอดแทรก ทักษะคติและความรู้ไปสู่ผู้เรียนได้ นอกจากการศึกษาจะเพิ่มพูนความรู้แล้วการศึกษายัง สามารถสร้างความแตกต่างทางด้านความคิด ทักษะคติได้อีกด้วย อีกทั้งยังช่วยพัฒนาความคิดในด้าน คุณธรรม จริยธรรม ต่าง ๆ นอกจากนี้ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน ยุคสมัย และระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน อาจส่งผลกระทบต่อความคิดและความต้องการที่แตกต่างกัน อีกด้วย อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านการศึกษาที่ดีจะเป็นตัวบ่งบอกความได้เปรียบของผู้รับสารได้ อย่างเช่น ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะสามารถรับข่าวสารและตีความได้ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะสามารถเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ได้ดีกว่าและไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ จนกว่าจะได้รับหลักฐานที่ มากพอ ยังรวมไปถึงผู้ที่มีการศึกษาสูงก็จะใช้เวลาว่างในการรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ

4. สถานะทางสังคม หมายถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ในแง่ของ สถานทางสังคม อันได้แก่ ถิ่นกำเนิด ภูมิลำเนา เชื้อชาติ รายได้ และฐานะทางสังคม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจ ตัวอย่างเช่น

4.1 ความแตกต่างทางด้านเชื้อชาติ จะส่งผลทำให้แต่ละบุคคลมีความคิด ทักษะคติ มุมมอง และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งก็จะนำไปสู่ผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

4.2 ความแตกต่างด้านสถานะทางสังคม การมีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่แตกต่างกันของกลุ่มคนซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้รับสารที่จะมีค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งผู้ที่มีสถานะทางสังคมสูงกว่าก็จะแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์สูงสุดให้กับตนเองเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่มีสถานะทางสังคมที่ต่ำกว่า

4.3 รายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจ จะแสดงถึงสถานภาพทางเศรษฐกิจของ ครอบครัวนั้น ๆ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการดูแลตัวเองและการใช้จ่ายที่มีผลต่อความพึงพอใจ

4.4 สถานภาพสมรส สามารถจำแนกได้ดังนี้ โสด สมรส หย่า หม้าย หรือแยกกันอยู่ ลักษณะของวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละท้องถิ่นมี อิทธิพลต่อสถานสมรสของคนกลุ่มที่อยู่ในความแตกต่างกันของพื้นที่ซึ่งมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจ

จากทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์เกี่ยวกับตัวแปรของลักษณะประชากรศาสตร์ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550: 57-59) สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่นิยมนำมาใช้ศึกษากันมากที่สุดในการแบ่งส่วนการตลาดตามกลุ่มผู้ใช้บริการ โดยอาศัยตัวแปรศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ นำมาวางแผนกำหนดกลยุทธ์สร้างความต้องการหรือความพึงพอใจให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อให้เข้าถึงและตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงมากที่สุด ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพทางการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งจะทำให้ทราบว่าผู้ใช้บริการที่ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างไร

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

ความหมายของความรู้

ราชบัณฑิตยสถาน (2554 : 243) กล่าวว่า ความหมายของความรู้คือสิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะสิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิด หรือการปฏิบัติความเข้าใจหรือสารสนเทศที่ได้รับจากประสบการณ์

บดินทร์ วิจารณ์ (2553 : 35) กล่าวว่า นิยามของความรู้ไว้ว่า ทรัพย์สินขององค์กร อัน ได้แก่ ประเพณี วัฒนธรรม เทคโนโลยี การปฏิบัติงาน ระบบปฏิบัติงานต่าง ๆ บนพื้นฐานของความรู้ ของความชำนาญ

สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (2554 : 37) กล่าวว่า ความหมายของความรู้ไว้ว่า สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษา การค้นคว้า การได้ยิน การได้ฟัง การคิด หรือปฏิบัติความเข้าใจประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติ และทักษะที่ได้รับมาจาก องค์การ และการเรียนรู้ในแต่ละสาขา

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2555 : 120) กล่าวว่า ความรู้เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคล ส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองของสิ่งเร้า แล้วดำเนินการจัดเป็น ระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ความสามารถของความจำกับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ ความรู้ จึงเป็นความจำเป็นที่สร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการ ภายใน อย่างไรก็ตามความรู้นั้นอาจส่งผลต่อพฤติกรรมแสดงออกของมนุษย์

พิศิษฐ์ ตัณฑวนิช (2557, pp. 15-22) กล่าวว่า ความรู้ คือพฤติกรรมความคิดที่มุ่งให้ เกิดขึ้นในส่วนของ ความรู้ โดยสามารถแบ่งย่อยเป็น 4 องค์ประกอบ โดยสามารถอธิบายได้ตาม รายละเอียดดังนี้

1. ความรู้ที่เป็นข้อเท็จจริง (Factual knowledge) หมายถึง ความรู้ที่เป็นข้อความจริงเฉพาะเรื่องโดยสามารถอธิบายได้ตามรายละเอียดแบ่งย่อยดังนี้

1.1 ความรู้เกี่ยวกับคำศัพท์เฉพาะ (Knowledge of terminology) เป็นความรู้เกี่ยวกับระบบการใช้ ถ้อยคำหรือสัญลักษณ์เฉพาะของศาสตร์แต่ละสาขา เช่น การรู้ความหมายของคำเฉพาะต่าง ๆ ของอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

1.2 ความรู้เกี่ยวกับเทคนิครายละเอียดเฉพาะเรื่อง (Knowledge of specific details and elements) เป็นความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดเฉพาะเรื่อง เช่น ความรู้เกี่ยวกับเทคนิครายละเอียดเฉพาะเรื่องอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

2. ความรู้ที่เป็นมโนทัศน์ (Conceptual knowledge) ได้แก่ ความรู้ที่แสดงความสามารถในการจัดแยกหมวดหมู่สิ่งของต่าง ๆ ออกเป็นประเภทความสามารถในการอธิบายลักษณะร่วมของสิ่งต่าง ๆ และสามารถอธิบายเชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนย่อยของสิ่งต่าง ๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็นประเภทดังนี้

2.1 ความรู้ในการแบ่งแยกจัดกลุ่มจัดประเภท (Knowledge of classifications and categories) เป็น ความรู้ประเภทของคำศัพท์ตามกลุ่มประเภทต่าง ๆ แบ่งแยกจัดกลุ่มจัดประเภท เช่น ความรู้ที่เป็นรายละเอียดเฉพาะเรื่องอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

2.2 ความรู้ในหลักการร่วมและสรุปทั่วไป (Knowledge of principles and generalizations) เป็นความรู้ที่มีการสรุปให้เข้าใจร่วมกัน เช่น ความรู้เกี่ยวกับหลักการใช้งาน อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

2.3 ความรู้ในด้านทฤษฎี โมเดล และโครงสร้าง (Knowledge of theories, models, and structures) เป็นความรู้ที่มีการระบุไว้แน่นอน เช่น ความรู้ในทฤษฎีอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

3. ความรู้ที่เป็นกระบวนการขั้นตอน (procedural knowledge) เป็นส่วนของความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิธีการหรือขั้นตอนของการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนดังนี้

3.1 ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคดำเนินการ หรือโครงแบบขั้นตอนในการดำเนินการเรื่องใด ๆ (Knowledge of subject-specifics skills and algorithms) เช่น ความรู้ในเขียนผังวงจรการทำงานของอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

3.2 ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการดำเนินการใด ๆ เฉพาะเรื่องหนึ่ง ๆ (Knowledge of subject-specific technique and methods) เช่น ความรู้ในขั้นตอนการดำเนินการติดตั้งอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

3.3 ความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์การดำเนินกิจกรรมใด ๆ เฉพาะเรื่อง (Knowledge of criteria for determining when to use appropriate procedures) เช่น ความรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคนิคเฉพาะทางเทคโนโลยีเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเลือกใช้อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

4. ความรู้ในส่วนของหยั่งรู้ถึงวิธีคิดของตนเอง (Metacognitive knowledge) ความรู้ส่วนนี้เป็นส่วนที่เกี่ยวกับวิธีคิดของสมองซึ่งควรจะตระหนักถึงวิธีคิดของสมองของตนเอง ความรู้ส่วนนี้เป็นส่วนที่ค่อนข้างต่างจาก 3 ข้อแรกข้างต้นสามารถอธิบายเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนดังนี้

4.1 ความรู้เกี่ยวกับกลวิธีของสมองในการเรียนรู้ การคิด และการแก้ปัญหา (Strategic knowledge) เป็นการเรียนรู้ที่หมายถึงว่าผู้เรียน ควรจะต้องเข้าใจกระบวนการหรือกลวิธีของสมองของตนในการกระทำต่าง ๆ เพื่อการเรียนรู้ เพื่อที่จะได้นำความรู้เหล่านั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการเรียนรู้ของตน เช่น ความรู้ในการหา วิธีการเพื่อช่วยการจดจำข้อความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

4.2 ความรู้เกี่ยวกับภารกิจวิธีคิดของสมองภายใต้ภาวะแวดล้อมและเงื่อนไขที่ต่างกัน (Knowledge about cognitive tasks, including appropriate contextual and condition knowledge) ได้ วิธีคิดของสมองในภาวะเงื่อนไขที่ต่างกันย่อมแตกต่างกันไป เช่น รู้ว่าการระลึกได้ (Recall) ย่อมเป็นภารกิจของสมองที่ซับซ้อนกว่าการจำ (Remember)

4.3 ความรู้เกี่ยวกับสมรรถภาพทางการคิดของแต่ละบุคคล (Self-knowledge) ได้แก่ภาวะที่บุคคล แต่ละคนสามารถรับรู้จุดดี จุดด้อยในการใช้สมองเพื่อการคิดของตนเอง เช่น การที่ผู้รู้รับรู้ว่าหากตนเองจะต้องคำนวณค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้

ศยามล สืบเนื่อง (2577 : 22) กล่าวว่าบุคคลแต่ละคนต่างมีความรู้ ความเข้าใจ ในสิ่งต่าง ๆ ไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับสภาพความพร้อมของแต่ละสถานการณ์และแต่ละบุคคล ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความรู้ความเข้าใจที่ได้สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นซึ่งมีความสัมพันธ์กับความรู้ไว้ 2 ปัจจัย ที่มีลักษณะคล้ายกันดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

1.1 ระดับการศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อการแสดงออก เพราะจะทำให้บุคคลความรู้และมีความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุและมีผล

1.2 ความเชื่อ หมายถึง ความรู้สึกลึกซึ้งของแต่ละบุคคล ในการยอมรับต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจแตกต่างกันออกไป

1.3 สถานภาพทางสังคม หมายถึง สิทธิและหน้าที่ที่มีต่อผู้อื่น และสังคม

1.4 ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจและส่งผลต่อความคิดเห็นของบุคคล

2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

2.1 ครอบครัว หมายถึง การสะสมความรู้โดยตรง หรือทางอ้อมจากระเบียบ วิธีปฏิบัติกฎเกณฑ์และค่านิยมต่าง ๆ ที่กลุ่มได้กำหนดไว้เป็นระเบียบของความประพฤติและความสัมพันธ์ของสมาชิกในสังคมนั้น

2.2 กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้อง มีอิทธิพลต่อบุคคลอย่างมาก เพราะเมื่อบุคคลอยู่ในกลุ่มหรือสังคมใดต้องยอมรับ และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มและสังคมนั้น

2.3 สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์วิทยุ โทรทัศน์ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของบุคคลสำหรับปัจจัยและแนวคิดดังกล่าวสามารถ

สรุปได้ว่า ความรู้ ความเข้าใจแต่ละบุคคลจะมากหรือน้อยอยู่ที่ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมครอบครัวและการจงใจ

ความหมายของความเข้าใจ

สำหรับความหมายของคำว่า ความเข้าใจ นั้นได้นักวิชาการและผู้ศึกษาวิจัยได้ให้ความหมายดังนี้คือ

สุรางค์ ไคว์ตระกูล (2553 : 24) กล่าวว่าความเข้าใจ คือกระบวนการที่เรียกได้ว่าเป็นกระบวนการทางปัญญาซึ่งเป็นกระบวนการที่ประกอบไปด้วยการเรียนรู้การคิดและการจำลองจนการนำไปใช้หรือเกิดพัฒนาการจากการเรียนรู้ขึ้น ด้วยการรับสัมผัสความรู้สึกที่นำมาสู่การคิดและเข้าใจซึ่งเป็นระบบการทำงานที่มีความละเอียดซับซ้อนมากและเป็นกระบวนการภายในทางจิตใจ

แสงจันทร์ โสภากาล (2550 : 15-16) กล่าวว่าความเข้าใจ เป็นขั้นตอนสำคัญของการสื่อความหมายโดยอาศัยความสามารถทางสมองและทักษะ อาจจะทำได้โดยการใช้ปากเปล่า ภาษา ข้อเขียน หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ การทำความเข้าใจ อาจไม่มีผลสมบูรณ์เสมอไป สำหรับพฤติกรรมความเข้าใจแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบได้แก่ การแปลความ การตีความและการสรุปอ้างอิง ซึ่งมีความสอดคล้องกันกับคำจำกัดความของความรู้ว่าเป็นความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์โครงสร้างที่เกิดจากการศึกษา ค้นหาหรือเป็นความรู้เกี่ยวกับสถานที่ สิ่งของหรือบุคคลที่ได้จากการสังเกตประสบการณ์หรือรายงาน การรับรู้ข้อเท็จจริงต้องชัดเจนและต้องอาศัยเวลาและใกล้เคียงกับความหมายที่ได้ให้ความหมายว่า ความรู้เป็นเรื่องเกี่ยวกับการระลึกถึงเฉพาะเรื่อง

พิศิษฐ ตัณฑวนิช (2557: 15-22) กล่าวว่า ความเข้าใจหมายถึงความสามารถของบุคคลในการสื่อสารข้อความที่ตนได้ รับรู้มาให้กับบุคคลอื่นได้รับทราบถึงข้อความนั้น ด้วยวิธีการสื่อสารที่เป็นของตนเอง โดยอาจนำเสนอเป็นถ้อยคำ ภาษาเขียน ท่าทาง สัญลักษณ์ รูปภาพหรือวิธีการอื่นใดด้วยวิธีการที่เป็นของตนเอง ความเข้าใจถือได้ว่าเป็นจุด เริ่มต้นของพฤติกรรมการเรียนรู้ด้านความเข้าใจที่กระบวนการจัดการคาดหวังว่าควรเกิดขึ้นกับผู้ให้บริการ พฤติกรรมของความเข้าใจเน้นตรงการที่ผู้ใช้บริการต้องสามารถสื่อความหมายของสารบทเรียนที่ตนได้รับรู้มาให้ ปรากฏออกในลักษณะของการสื่อสารในลักษณะต่าง ๆ เพื่อถ่ายทอดสาระที่ตนรับรู้ได้ ไปยังบุคคลซึ่งเป็นผู้รับ ให้สามารถรับสารดังกล่าวได้อย่างถูกต้องตรงตามความหมายของสิ่งที่ผู้เรียนได้เรียนรู้ พฤติกรรมที่แสดงออก ถึงความเข้าใจ แบ่งออกได้เป็น 7 ด้านดังนี้

1. การตีความ (Interpreting) หมายถึงความสามารถของบุคคลในการสื่อความหมายเรื่องใดเรื่อง หนึ่งในรูปแบบใหม่ที่ต่างออกไปจากเดิมแต่คงความหมายเท่าเดิม เช่น

อาจเปลี่ยนแปลงจากถ้อยคำเป็นถ้อยคำใหม่ ถ้อยคำเป็นสัญลักษณ์ สัญลักษณ์เป็นถ้อยคำ ถ้อยคำเป็นภาพหรือภาพเป็นถ้อยคำ เช่น ให้อธิบายความหมายของคำว่า อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

2. การยกตัวอย่าง (Exemplifying) หมายถึงความสามารถที่บุคคลยกตัวอย่างหรือกรณีเฉพาะที่ สอดคล้องกับสิ่งที่เรียนรู้มาเพื่อให้บุคคลอื่นรับรู้ได้เช่น ให้อธิบายตัวอย่างอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

3. การจัดประเภท (Classifying) หมายถึงการที่สามารถจัดประเภทสิ่งของปรากฏการณ์ใด ๆ ตามเกณฑ์การจัดประเภทที่กำหนดได้อย่างถูกต้องเช่น การสามารถจำแนกประเภทอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกได้อย่างถูกต้อง

4. การสรุปความ (Summarizing) หมายถึงการที่ผู้เรียนสามารถจัดหาข้อความสั้น ๆ เพื่อแทน ถ้อยคำหรือสาระเรื่องราวใด ๆ ที่มีเป็นจำนวนมาก ๆ โดยคงเนื้อความเดิมที่สำคัญไว้ได้เช่น การสรุปบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

5. การอ้างพาดพิง (infering) หมายถึงการที่สามารถจับรูปแบบ หรือแบบแผนการเปลี่ยนแปลงของสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้และใช้รูปแบบหรือแบบแผนดังกล่าวในการอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็น การเพิ่มเติมเช่น การทำนายจำนวนใช้งานอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกได้ในเดือนหน้าจากการพิจารณาความถี่การใช้งานในช่วงเดือนที่ผ่านมา

6. การเปรียบเทียบ (Comparing) หมายถึงการที่บุคคลสามารถจับประเด็นเทียบเคียงความเหมือน และความแตกต่างของ วัตถุ เหตุการณ์ปรากฏการณ์ หรือพฤติกรรมใด ๆ จากส่วนหนึ่งไปยังอีกส่วนหนึ่งซึ่งอยู่ ในภาวะสามารถเทียบเคียงกันได้เช่น การให้ระบุว่าพฤติกรรมของอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกเป็นผู้ใช้งานประเภทใด

7. การอธิบาย (Explaining) หมายถึงความสามารถของบุคคลที่จะถ่ายทอดเรื่องราว ปรากฏการณ์ เหตุการณ์ หรือความเห็นใด ๆ ให้บุคคลอื่นได้รับรู้โดยวิธีการสื่อสารทางใดทางหนึ่ง เช่น การพูด การเขียน การใช้ท่าทางหรือภาษาสัญลักษณ์ โดยการนำเสนอถ่ายทอดดังกล่าวนั้น

ระดับความรู้ความเข้าใจ

แสงจันทร์ โสภากาล (2550 : 15-16) ระดับความรู้ ความเข้าใจ ของแต่ละบุคคลจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องและแนวทางในการลำดับความสำคัญซึ่ง ได้แบ่งระดับความรู้ความสามารถทางด้านสติปัญญา (Cognitive Domain) ออกเป็น 6 ระดับ ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) เป็นขั้นแรกของพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความสามารถในการจดจำอาจจะโดยการนึกได้ มองเห็น ได้ยิน หรือได้ฟัง ความรู้ในขั้นนี้ประกอบด้วยคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าความรู้นี้เป็นเรื่องราวของการจดจำได้หรือระลึกได้โดยไม่จำเป็นต้องใช้ความคิดที่ซับซ้อนและไม่ต้องใช้สมองมากนัก ดังนั้นการจำได้หรือระลึกได้จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญทางจิตวิทยาและเป็นขั้นตอนที่จะนำไปสู่พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจ การนำความรู้ไปใช้ในการวิเคราะห์การสังเคราะห์และการประเมินผล ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ได้ความคิดและความสามารถด้านสมองเพิ่มมากขึ้น

2. ความเข้าใจ (Comprehensive) เป็นพฤติกรรมขั้นต่อมาจากความรู้ ขั้นตอนนี้จะต้องใช้ความสามารถทางสมองและทักษะในขั้นสูงจนถึงระดับของ “การสื่อความหมาย” ซึ่งอาจทำได้ทั้งที่เป็นการใช้ปากเปล่า ข้อเขียน ภาษา หรือการใช้สัญลักษณ์ มักเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้รับทราบข่าวสารต่าง ๆ แล้ว โดยการฟัง เห็น อ่าน หรือเขียน ความเข้าใจนี้อาจแสดงออกในรูปของการใช้ทักษะหรือการแปลความหมายต่าง ๆ เช่น การบรรยายข่าวสาร โดยใช้คำพูดของตนเอง หรือการแปลความหมายจากภาษาหนึ่งไปยังอีกภาษาหนึ่ง โดยคงความหมายเดิมไว้ หรืออาจเป็นการแสดงความคิดหรือใช้ข้อสรุปหรือการคาดคะเนได้เช่นกัน

3. การนำความรู้ไปใช้ (Application) ความสามารถในการนำความรู้ไปใช้นี้เป็นพฤติกรรมขั้นที่สาม ซึ่งจะต้องอาศัยความสามารถหรือทักษะทางด้านความเข้าใจดังกล่าวมาแล้ว การนำความรู้ไปใช้นี้กล่าวอีกนัยหนึ่ง ก็คือ การแก้ปัญหา นั่นเอง ซึ่งมีอยู่ 6 ขั้นตอน และเมื่อนำมาพิจารณาจะเห็นว่าความเข้าใจในหลักทฤษฎีวิธีการต่าง ๆ จะถูกนำมาใช้ในการแก้ปัญหา

4. การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นความสามารถในการช่วยแยกภาพรวม ออกเป็นส่วน ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น อาจแบ่งเป็นขั้นย่อย ๆ ได้ 3 ขั้น ด้วยกัน

4.1 ความสามารถในการแยกแยะองค์ประกอบของปัญหาออกเป็น ส่วน ๆ

4.2 ความสามารถในการเห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบ

4.3 ความสามารถในการมองเห็นหลักของการผสมผสานปัญหา

5. การสังเคราะห์ (Synthesis) คือ ความสามารถในการนำเอาส่วนประกอบย่อยหลาย ๆ ส่วนมารวมกันเข้าเป็นกรอบโครงสร้างที่แน่ชัด โดยทั่วไปแล้วการนำเอาประสบการณ์ในอดีตมาร่วมกันกับประสบการณ์ในปัจจุบันและนำมาสร้างเป็นกรอบที่มีระเบียบแบบแผนเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์หรือความคิดริเริ่ม จึงต้องมีความเข้าใจในการนำความรู้ไปใช้ในการวิเคราะห์มาประกอบ

6. การประเมินผล (Evaluation) เป็นความสามารถในการประเมินผลที่เกี่ยวข้องกับการให้ค่าต่อความรู้หรือข้อเท็จจริงต่าง ๆ ซึ่งต้องใช้เกณฑ์หรือมาตรฐานเป็นส่วนประกอบในการประเมินผลมาตรฐานนี้อาจจะอยู่ในทุกขั้นตอนของความสามารถหรือทักษะต่าง ๆ

รวิวรรณ ชินะตระกูล (2533 : 38-41) การสร้างแบบทดสอบ เพื่อเป็นเครื่องมือวัดพฤติกรรมความรู้และความจำ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. แบบอัตนัย เป็นแบบทดสอบที่ผู้สอบต้องเขียนตอบ เป็นการยากที่จะควบคุมการตอบของผู้สอบได้ แบบทดสอบยังแบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ

1.1 แบบทดสอบที่ไม่จำกัดคำตอบ (Essay Extended Response) หมายถึง แบบทดสอบที่ผู้สอบมีสิทธิในการตอบอย่างเสรี

1.2 แบบทดสอบที่จำกัดคำตอบ (Essay Restricted Response) หมายถึง แบบทดสอบที่ผู้สอบมีสิทธิตอบจำกัด

1.3 แบบทดสอบแบบตอบสั้น ๆ (Shot Answer) หมายถึง แบบทดสอบที่ต้องการคำตอบที่เป็นวลีเท่านั้น

1.4 แบบทดสอบแบบเติมคำให้สมบูรณ์ หมายถึง 3 แบบที่ต้องการให้เติมคำตอบ

2. แบบปรนัย เป็นแบบทดสอบที่มีรูปแบบ (Structure) มากที่สุดสามารถใช้วัดผลได้ แบบทดสอบแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

2.1 แบบถูกผิด (True-False) คำถาม ถามถึงความจริงหลักการกฎต่าง ๆ และการตีความ

2.2 แบบทดสอบแบบจับคู่ (Matching) ข้อสอบจะมี 2 คอลัมน์หนึ่งเป็นชุดของคำถาม อีกคอลัมน์หนึ่งเป็นชุดของคำตอบซึ่งผู้ตอบจะเลือกคำตอบที่ถูกต้อง เพื่อให้สอดคล้องกับคำถาม

2.3 แบบทดสอบแบบเลือกตอบ (Multiple Choices) ข้อสอบประเภทนี้จะประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นส่วนของโจทย์ (Stem) อีกหนึ่งเป็นตัวเลือก (Alternative) มีตั้งแต่ 3-5 ตัวเลือก แบบทดสอบประเภทนี้จะวัดความสามารถของสมองตั้งแต่ต่ำไปจนถึงขั้นสูง โดยคำตอบในตัวเลือกนั้นจะมีข้อถูกเพียงข้อเดียวส่วนตัวเลือกอื่น ๆ นั้นเป็นตัวลวง (Distracters) เป็นแบบทดสอบที่นิยมใช้กันมากเพราะมีข้อดีที่ว่าการให้คะแนนไม่ว่าใครตรวจการให้คะแนนจะเท่ากันเสมอจากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การวัดความรู้ความเข้าใจเป็นการวัดระดับความสามารถในการจดจำ พิจารณาข้อเท็จจริงของข้อมูลที่ได้รับ การผสมผสานกับประสบการณ์เดิมของตนเองและสามารถวัดได้

จากความหมายต่าง ๆ ของความเข้าใจ สรุปได้ว่า ความรู้ความเข้าใจของ พิศิษฐ์ ตันทวนิช (2557 : 15-22) ที่กล่าวว่าความรู้เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองสิ่งเร้า แล้วดำเนินการจัดเป็นระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ความสร้างสรรค์ของความจำ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจที่มีบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในคุณประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกว่าเมื่อใช้บริการแล้ว จะเกิดประโยชน์ต่อตนเองมากน้อยเพียงใดจากแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและจากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าการวัดความรู้และความเข้าใจเป็นการวัดระดับความรู้ความสามารถในการจดจำพิจารณาข้อเท็จจริงของข้อมูลที่ได้รับกับการผสมผสานประสบการณ์เดิมของตนเอง และสามารถวัดได้จากทดสอบ เพื่อนำมาศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

ความหมายของคุณภาพการบริการ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550 : 66) คุณภาพการบริการ กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้า(Customer Satisfaction) มักจะเกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ (Service Quality) เพราะทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (tolerance zone) ผู้รับบริการก็就会有ความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่งได้มีทำการศึกษาคูณภาพและการจัดการคุณภาพการบริการมาตั้งแต่ปี 1983 ในขณะที่พาราสุรามานเริ่มทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้นยังไม่พบว่า มีการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการมากนัก พบแต่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้า จากนั้น พาราสุรามานและคณะจึงเริ่มทำการวิจัย โดยร่วมกันทำการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยใช้เวลาทำการศึกษาจนถึง 7 ปี โดยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพในกลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลายแห่งและนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบคุณภาพการบริการ ต่อมาเป็นวิจัยเชิงประจักษ์โดยมุ่งศึกษาที่ผู้รับบริการโดยเฉพาะ โดยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพบริการที่เรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) และปรับปรุงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพการบริการตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ ผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ผู้ให้บริการประเมินคุณภาพการบริการเรียกว่า

คุณภาพของการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ (Perceived Service Quality) ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้ใช้บริการได้รับบริการแล้วกำหนดเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการบริการไว้ 5 ด้าน ที่เรียกว่า RATER และเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการประกอบด้วย รายการ ซึ่งกระจายมาจากคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Parasuraman, 1998)

1. ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ วัสดุ และบุคคลในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้านั้น ช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงพนักงานมีความตั้งใจให้บริการเห็นภาพได้ชัดเจน โดยสิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์ต่าง ๆ ควรดูสวยงาม ทันสมัย บุคลากรมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการประกอบด้วย ความทันสมัยของอุปกรณ์ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ เอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับการบริการ

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การให้บริการต้องตรงตามการสื่อสารที่นำเสนอแก่ลูกค้าบริการที่มอบให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ สร้างความเชื่อถือไว้วางใจจากลูกค้า โดยผู้ให้บริการต้องแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือให้บริการตามที่สัญญาไว้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ ไม่มีความผิดพลาด มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้ การเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการและการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการ การทำงานไม่ผิดพลาด การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ การมีจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการ

3. การตอบสนองของลูกค้า (Responsive) พนักงานมีหน้าที่บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจและมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้าทันที ลูกค้าได้รับการที่สะดวกและรวดเร็ว มีความตั้งใจที่แสดงถึงความพร้อม ยินดีให้บริการเสมอและรวดเร็วเมื่อผู้รับบริการเข้ามาติดต่อ มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย มีระบบการให้บริการที่รวดเร็ว ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ใช้บริการ ความรวดเร็วในการทำงานของเจ้าหน้าที่ ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทันทีที่ต้องการ

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ ทักษะในการทำงาน การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับบริการที่ดี โดยผู้

ให้บริการต้องสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการเมื่อผู้รับบริการมาติดต่อสุภาพอ่อนน้อม และมีความรู้ในงานบริการเป็นอย่างดีมีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการบริการ การสร้างความเชื่อมั่นและปลอดภัยในการใช้บริการ ความมีมารยาทและความสุภาพของเจ้าหน้าที่พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ

5. ความเอาใจใส่ (Empathy) พนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และให้ความสนใจแก่ผู้มาใช้บริการ มีการให้ความสนใจและเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการอย่างเอาใจใส่และถือผลประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญมีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการประกอบด้วย การให้ความสนใจและเอาใจใส่ผู้ให้บริการแต่ละคนของเจ้าหน้าที่ เวลาในการเปิดให้บริการ โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ความสนใจผู้ให้บริการอย่างแท้จริงของเจ้าหน้าที่ความสามารถในการเข้าใจในความต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน

สุนันทา ทวีผล (2550 : 19-20) กล่าวไว้ว่า ในการพิจารณาความสำคัญของบริการอาจพิจารณาได้ใน 2 ด้าน ได้แก่

1. ถ้ามีบริการที่ดีจะเกิดผลอย่างไร
2. ถ้าบริการไม่ดีจะมีผลเสียอย่างไร

บริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติ อันได้แก่ ความคิดและความรู้สึกทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือ ความชอบ ความพึงพอใจ ดังนี้

1. มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
2. มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
3. มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก
4. มีความประทับใจที่ดีไปอีกนานแสนนาน
5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
6. มีความรักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ
7. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

บริการที่ไม่ดีจะส่งผลให้ผู้บริการมีทัศนคติทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางลบมีความไม่ชอบและความไม่พึงพอใจอธิบายได้ดังนี้

1. มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
2. มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ

3. มีความผิดหวัง และไม่ยินดีมาใช้บริการอีก
4. มีความประทับใจที่ไม่ดีไปอีกนานแสนนาน
5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น ไม่แนะนำให้มาใช้บริการอีก
6. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

พฤติกรรมของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี มีดังต่อไปนี้

1. อัจฉริยะดี ผู้ใช้บริการล้วนมีความคาดหวังว่าผู้ให้บริการจะให้การต้อนรับด้วย อัจฉริยะอันดี ทั้งด้วยสีหน้า แววตา ท่าทาง และคำพูดการต้อนรับผู้ให้บริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้ม เป็นเสน่ห์ที่ถือเป็นเป็นการสร้างความรู้สึกประทับใจเมื่อเข้าใช้บริการ โดยมีน้ำเสียงไพเราะที่ถือเป็น คุณสมบัติที่ดีในด้านพฤติกรรมของผู้บริการ

2. มีมิตรไมตรี พนักงานผู้ให้บริการที่มีการแสดงออกให้ผู้ให้บริการเห็นว่า มีมิตรไมตรี ก็เป็นการชนะใจตั้งแต่ต้น ความมีมิตรไมตรีจะนำไปสู่ความสำเร็จในการให้บริการไม่ว่าจะเป็นงาน ประเภทใดการบริการที่ดีบวกกับการให้ความช่วยเหลือ ก่อให้เกิดความพอใจและความชื่นชอบของผู้ใช้บริการ ถ้าพนักงานผู้ให้บริการแสดงมิตรไมตรีและพร้อมจะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้บริการก็จะเกิดมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการอย่างมั่นคงและเกิดมิตรภาพที่ยั่งยืนเอาใจใส่ สนใจงาน

3. ความมุ่งมั่นในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความเอาใจใส่งานเป็นอย่างมาก เพราะหากขาดความเอาใจใส่สนใจงานแล้วก็จะเพิกเฉยละเลยในการปฏิบัติงานหรือทำงานไปเรื่อย ๆ เฉื่อย ๆ เอาดีไม่ได้การพิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้ให้บริการว่ามีความเอาใจใส่สนใจงาน หรือไม่จะต้องดูว่ามีความจริงจังในการทำงานมากน้อยเพียงใด บางคนอาจแสดงออกอย่าง กระตือรือร้นต่อหน้าผู้บังคับบัญชาแต่พอลับตาผู้บังคับบัญชาแล้วก็เลิกสนใจงานหันหลังให้งานไม่คิดที่จะปรับปรุงพัฒนาให้เกิดความสะดวกในการบริการผู้ให้บริการไม่ดูแลในเรื่องความสะอาด ของสถานที่และผลิตภัณฑ์อยู่ในวิสัยที่จะทำได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก แต่ให้ผลเป็นการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงาน

4. แต่งกายสุภาพและสะอาดเรียบร้อย พนักงานผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิกภาพดี เพื่อให้เป็นที่น่าเชื่อถือไว้วางใจของผู้รับบริการการแต่งกายที่ถูกกาลเทศะเหมาะสมทั้งต่อสถานที่ทำงานและสถานภาพของหน่วยงานจะช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ดีจากผู้ติดต่อเกี่ยวข้องด้วย หากพนักงานผู้ให้บริการแต่งกายสกปรกมีกลิ่นเหม็นคงไม่เป็นที่น่าพอใจของประชาชนผู้รับบริการและเกิดความรู้สึก สะอิดสะเอียนในการคัดเลือกผู้เข้าทำงานจึงต้องให้ความสำคัญกับการแต่งกายเป็นพิเศษ หากแต่งกายไม่สุภาพก็จะส่งผลถึงความไม่ใส่ใจในความถูกต้องเหมาะสม

5. กิริยาสุภาพ มารยาทงดงาม ประชาชนผู้ใช้บริการทุกคนต้องการติดต่อขอรับบริการจากผู้ซึ่งมีกิริยาสุภาพ และรังเกียจผู้ซึ่งมีกิริยาหยาบ การที่พนักงานผู้ให้บริการมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมจะเป็นเครื่องเชิดหน้าชูตาหรือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน นอกจากมีกิริยาสุภาพแล้ว การแสดงออกถึงความมีมารยาทรู้จักที่สูงต่ำที่ชอบที่ควร นับเป็นสิ่งสำคัญที่พนักงานผู้ให้บริการจะต้องตระหนักและประพฤติปฏิบัติอย่างระมัดระวัง หากมีข้อผิดพลาดใด ๆ เกิดขึ้นจะนำความเสียหายมาสู่หน่วยงานมาก

6. วาจาสุภาพ ผู้รับบริการเมื่อเข้ามาใช้บริการย่อมไม่ชอบพนักงานที่พูดหยาบคาย ผู้รับบริการทุกคนล้วนต้องการคำพูดที่สุภาพ โดยทั่วไปการทำงานที่ต้องมีการบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นให้เกิดความพึงพอใจจึงต้องเป็นผู้มีวาจาสุภาพ เพื่อให้ประชาชนผู้ใช้บริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ การคัดเลือกผู้เข้าทำงานจึงควรจะสัมภาษณ์เพื่อจะได้สนทนาและฟังคำตอบว่าบุคคลใดมีการใช้ถ้อยคำอย่างไร

7. น้ำเสียงไพเราะ การแสดงออกทางน้ำเสียงของแต่ละคนจะแตกต่างกันออกไป บางคนพูดน้ำเสียงชวนฟัง น้ำเสียงแสดงถึงความเต็มใจในการให้ความเอื้อเฟื้อช่วยเหลือ ในขณะที่บางคนน้ำเสียงห้วนหรือที่เรียกกันว่าพูดไม่มีหางเสียง หรือพูดเสียงดุดัน การที่จะทำงานบริการได้ดีจึงต้องเป็นมีน้ำเสียงไพเราะ ชัดเจนและชวนฟังจึงจะมีความเหมาะสมในการทำหน้าที่บริการ

8. ควบคุมอารมณ์ได้ดี พนักงานผู้ให้บริการจะต้องมีอารมณ์มั่นคง เมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่จะต้องพบปะผู้คนมากหน้าหลายตา ซึ่งมีภูมิหลังต่าง ๆ กัน ผู้รับบริการบางคนมีกิริยาดี มีความสุภาพ และมีความเป็นผู้ดี แต่บางคนอาจจะมีกิริยามารยาทไม่ดีหรือมีอุปนิสัยใจร้อน ต้องการบริการที่รวดเร็วทันใจเมื่อไม่ได้ดังใจอาจพูดตำหนิหรืออาจถึงขั้นชู้ตะคอกด้วยกิริยาหยาบคายในงานที่ต้องมีการบริการไม่อาจจะแสดงอารมณ์ตอบโต้ได้พนักงานผู้ให้บริการจะต้องควบคุมอารมณ์ด้วยความอดทนอดกลั้น

9. รับฟังและเต็มใจแก้ไขปัญหา พฤติกรรมที่แสดงออกของพนักงานที่ต้องให้บริการจะต้องสนองตอบความต้องการของประชาชนผู้ให้บริการ ดังนั้น เมื่อประชาชนผู้ใช้บริการมีปัญหาหรือข้อร้องเรียนใด ๆ พนักงานผู้ให้บริการจะต้องแสดงความสนใจรับฟังปัญหาเป็นเบื้องต้น นอกจากแสดงความเอาใจใส่อย่างจริงจังแล้วจะต้องมีความรู้สึกเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือแก้ปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ประชาชนผู้รับบริการด้วยเพราะการที่พนักงานผู้ให้บริการเพียงแต่รับฟังปัญหาอย่างเดียวย่อมไม่เป็นการเพียงพอ แต่ถ้าเมื่อใดที่มีความกระตือรือร้นดำเนินการแก้ปัญหาจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

10. กระตือรือร้น อุปนิสัยที่แสดงออกถึงความกระตือรือร้นเป็นพฤติกรรมที่ดีอย่างยิ่งในงานบริการเพราะจะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความประทับใจมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

11. มีวินัย พนักงานผู้ให้บริการที่มีระเบียบวินัยจะทำงานเป็นระบบมีความคงเส้นคงวาและมีนิสัยยึดมั่นในคำสัญญาเมื่อหน่วยงานมีนโยบายกำหนดไว้เป็นหลักการว่าจะให้บริการแก่ผู้รับบริการอย่างไรแล้วก็จะปฏิบัติตามกรอบหรือแนวทางที่กำหนดไว้โดยเคร่งครัด ดังนั้น ในการคัดเลือกผู้มีความสมบัติในการเป็นผู้ทำงานบริการ จึงควรพิจารณาทดสอบความมีวินัยเป็นเรื่องสำคัญ

12. ซื่อสัตย์ การให้บริการจะต้องให้ความช่วยเหลืออย่างถูกต้องตรงไปตรงมาเพราะผู้รับบริการทุกคนต้องการติดต่อสัมพันธ์กับคนที่ซื่อสัตย์และรักษาคำพูด ไม่ชอบติดต่อกับคนที่ผิดคำพูด ดังนั้น พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความซื่อสัตย์รักษาคำพูดจึงเป็นสุดยอดปรารถนาของผู้ใช้บริการ

เพียงพร บุญแสน (2550 : 11) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการหมายถึงการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการว่าสามารถตอบสนองความต้องการและความหวังได้มากน้อยเพียงใด โดยคุณภาพบริการจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับผู้รับบริการจะประเมินว่าการบริการที่ได้รับจริงสูงกว่าหรือเท่ากับบริการที่คาดหวัง

วิไลพร เย้ยกระโทก (2551 : 7) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึงคุณภาพที่เกิดจากความพึงพอใจของลูกค้าต่อธุรกิจบริการถ้าธุรกิจบริการสามารถให้บริการได้ตรงตามที่คุณลูกค้าคาดหวังโดยจากพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างบริการที่ได้รับจริงหรือบริการที่รับรู้กับบริการที่คาดหวังถ้าบริการที่รับรู้เท่ากับหรือสูงกว่าบริการที่คาดหวังจึงเป็นการบริการที่มีคุณภาพ

ประไพ กลมเกลี้ยง (2551 : 9) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึงลักษณะความดีที่เป็นไปตามมาตรฐานที่เหมาะสมปราศจากข้อผิดพลาดทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของผู้มารับบริการและเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อที่จะคุ้มครองสิทธิของผู้รับบริการให้ได้รับบริการที่ดีที่สุดและคุณภาพการบริการต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มมาตรฐานในการให้บริการขององค์กรให้สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้และเกิดประสิทธิภาพในการให้บริการมากที่สุด

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552 : 7) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึงบริการที่ยอดเยี่ยมตรงกับความต้องการ หมายถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึงบริการที่ลูกค้าได้รับดีกว่าที่หวังไว้ทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจ

ปาริชาติ นามวัฒน์ (2553 : 9) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการหมายถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจบริการการเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงตามความหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการสถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการและในรูปแบบที่ต้องการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดจะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการ สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550 : 66) กล่าวว่าคุณภาพการบริการ เป็นแนวคิดหนึ่งได้รับการนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการให้บริการในประเทศไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และได้รับความสนใจนำมาปรับปรุงเพื่อใช้เป็นเครื่องมือวัดสมรรถนะในการให้บริการมากขึ้นเป็นลำดับในปัจจุบัน ดังนั้นการสร้างคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศจึงต้องอาศัยจังหวะความละเอียดอ่อนที่จะส่งมอบความประทับใจจากการให้บริการแก่ลูกค้า ผู้ให้บริการควรตระหนักถึงการส่งมอบบริการที่ดีให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ องค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ต้องทำให้การบริการขององค์กรมีความเป็นเลิศในการสร้างคุณภาพ และคุณค่าให้เกิดขึ้นกับผู้บริการ และเพื่อนำมาศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครผู้วิจัยจึงมุ่งเสนอแนวคิดและหลักการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการ เครื่องมือศึกษาและการวัดคุณภาพการให้บริการที่เรียกว่า SERVQUAL และตัวอย่างของการประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องคุณภาพการให้บริการในการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้และเป็นพื้นฐานของการทำงานวิจัยต่อยอดองค์ความรู้ รวมทั้งการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นเครื่องมือวัดประเมินคุณภาพการให้บริการของงานบริการอื่น ๆ

5 . แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ความหมายของความพึงพอใจ

วารุณี ตันติวงศ์วานิช (2554 : 82) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่เราจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ ที่มนุษย์ได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ก็เมื่อใดสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกเป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้ามนั้นก็สามารถถ้าสร้างความรู้สึกผิดหวังก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ(kotler, 2000)

สรชัย พิศาลบุตร (2550 : 135) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ หมายถึง การที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้รับสิ่งที่ต้องการแต่ต้องอยู่ในขอบเขตที่ผู้ใช้บริการสามารถ จัดหาบริการให้ได้โดยไม่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดีงาม

นิตยา จุ้ยนวล (2550 : 8) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้งาน บรรลุผลสำเร็จ ความพึงพอใจในงานจึงช่วยเสริมความรู้สึกมีคุณค่าให้แก่คนงานได้นอกจากนั้น การทำให้คนงานมีความพึงพอใจในการทำงานยังอาจช่วยลดความเป็นปฏิปักษ์ต่องานของคนงาน ด้วยการเป็นปฏิปักษ์ต่องานจะเป็นผลเสียต่อองค์กรเพราะคนงานจะแสดงออกซึ่งความปฏิปักษ์ ต่องานด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การขาดงาน การลาออกจากงานเป็นต้นซึ่งจะทำให้ความสามารถใน การปฏิบัติงานของคนงานลดลง การสร้างความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะนอกจากจะช่วยให้ คนงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความตั้งใจและรู้สึกว่าชีวิตของตนมีคุณภาพแล้วยังช่วยลดแนวโน้ม ปรากฏการณ์อันเกิดจากการเป็นปฏิปักษ์ต่องานอีกด้วย

นปภา พิสิฐมุกดา (2551 : 29) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการ หนึ่งที่ช่วยทำให้งานสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการนอกจากผู้บริหาร จะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้วยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำ ให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วยเพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการเป็นปัจจัยที่ สำคัญปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ก็คือจำนวนผู้มาใช้บริการดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่ง ที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและ ผู้มาใช้บริการยิ่งกว่านั้นการให้บริการนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอันดีต่อสินค้ายังขยาย ถึงความรู้สึกอันดีต่อบริษัทลูกค้าจะเกิดความประทับใจโดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของ ผู้รับบริการ มีปัจจัยสำคัญดังนี้

1. ผลิตรภัณฑ์และบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับ บริการที่มีลักษณะคุณภาพที่ดีและระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ของ องค์กรในการออกแบบผลิตรภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ใน ชีวิตประจำวันวิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่างและคำนึงถึง คุณภาพของการบริการเป็นส่วนสำคัญ

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ ผู้รับบริการ ยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingnessto Pay) ของผู้รับบริการทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพ ของการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการที่ง่ายและสะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการ ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการพื้นที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่อ อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นจากการได้ยิน ข้อมูล ข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวกซึ่งหากตรงกับ ความเชื่อ ที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการ ตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการที่ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติงานบริการล้วน เป็นบุคคล ที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ การบริการ ที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ดี

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการ มี อิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้อง กับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้ สีเส้นการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วน สำคัญในการ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผล ให้การปฏิบัติงาน บริการแก่ลูกค้า มีความคล่องตัว และสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้ อย่างถูกต้องมีคุณภาพ

สมหมาย เปียถนอม (2551 : 20) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจไว้ว่าเป็นทัศนคติของคน ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง V มาจากคำว่า Valance หมายถึง ความพึงพอใจ I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อเครื่องมือวิธีทางนำไปสู่ความพึงพอใจ และ E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึงความคาดหวังภายในตัวบุคคล ซึ่งบุคคลมีความต้องการและมีความ คาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการ หรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ ต้องการตามความคาดหวังเอาไว้ บุคคลนั้นก็จะได้รับความพึงพอใจ และในขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปเรื่อย ๆ ซึ่ง อาจจะแสดงในรูปสมการได้ดังนี้

$$\text{แรงจูงใจ} = \text{ผลของความพึงพอใจ} + \text{ความพึงพอใจ}$$

หมายถึง แรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ต่อการประเมินผลงานขององค์กรที่เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของตน หรือแรงจูงใจที่บุคคลจะไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรใดเป็นผลที่เกิดจากทัศนคติตามความคาดหวังที่เขาคาดหมายไว้เมื่อมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรต่อผลงานขององค์กร และได้รับการตอบสนองทั้งรูปธรรมและนามธรรมเป็นไปตามที่คาดหมายไว้แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจก็จะสูงแต่ในทางกลับกันถ้ามีทัศนคติในเชิงลบต่องาน และการตอบสนองไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพอใจก็จะต่ำไปด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552 : 129) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) การรับรู้ของบุคคลต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สัมพันธ์กับความคาดหวังของเขา หรือความรู้สึกของบุคคลว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์และบริการกับความคาดหวังของลูกค้า

จากคำจำกัดความทั้งหลายดังกล่าวข้างต้นอาจพอที่จะสรุปความหมายของ “ความพึงพอใจ” นปภา พิสิฐมุกดา (2551 : 29) คือความรู้สึกที่เกิดจากความต้องการที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ ถ้าความต้องการ ของผู้ใช้บริการ ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้หรือมากกว่าความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายนอกว่าต้องการ ในมุมมองของความเป็นเหตุเป็นผลบนพื้นฐานของประสบการณ์ที่สั่งสมมา ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นมีหลายระดับ บางครั้งอาจเป็นเรื่องของอารมณ์ส่วนบุคคลด้วย การตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายในว่าชอบหรือไม่ เพื่อนำมาศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุวิมล ระวัง (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 19-23 ปี สังกัดคณะรัฐศาสตร์และยังไม่ประกอบอาชีพ ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่าช่วงเวลาที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ 12.01-15.00 น. สถานที่ใช้บริการมากที่สุดคือบ้านหรือหอพัก วัดอุปประสงค์ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือการ

ค้นหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ บริการอินเทอร์เน็ตที่ใช้ คือ ด้านการใช้บริการเครือข่ายไร้สาย ข้อมูลด้านผู้ให้บริการ พบว่าเจ้าหน้าที่ที่ให้คำแนะนำการใช้บริการมากที่สุด คือ จัดโปรแกรมเพื่อช่วยในการสอน และจุดเชื่อมต่อสัญญาณที่มีการเลือกมากที่สุด คือตามซุ้มต่าง ๆ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุและคณะที่สังกัดที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตด้านการให้บริการเครือข่ายไร้สาย ด้านการใช้บริการอีเมลและด้านการให้บริการเครือข่ายคอมพิวเตอร์แตกต่างกัน วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ด้านการใช้ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์แตกต่างกัน ด้านเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำการใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตด้านการให้บริการเครือข่ายไร้สายและด้านการบริการอีเมลแตกต่างกัน

สรวรินทร์ สิงห์แก้ว (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Internet Broadband) ของสำนักงานบริการลูกค้า กสท. ลำปาง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 21 - 30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขายตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของสำนักงานบริการลูกค้า กสท. ลำปาง

อภิวุฒิ ตั้งจิตการุญ (2555) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพพนักงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าคุณภาพการบริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพอใจประกอบด้วย คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกันและด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็วมีและด้านการรับประกันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้า

พรวิมล เชิญรัตนรักษ์ (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเครื่องควิอัจฉริยะของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่าผู้ใช้บริการมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมากผู้ใช้บริการมีทัศนคติต่อเพื่อนควิอัจฉริยะโดยรวมอยู่ในระดับดีโดยพิจารณาทางด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์และบริการด้านเทคโนโลยีด้านคุณภาพอยู่ในระดับดีผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อเครื่องควิอัจฉริยะโดยรวมอยู่ในระดับมาก อีกทั้งผู้ใช้บริการมีระดับความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์และลักษณะงานที่ใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการเครื่องควิอัจฉริยะแตกต่างกัน ความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้บริการเครื่องควิอัจฉริยะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการเครื่องควิอัจฉริยะ ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อเครื่องควิอัจฉริยะโดยรวมและรายได้ด้านผลิตภัณฑ์และบริการด้านเทคโนโลยีด้านคุณภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการเครื่องควิอัจฉริยะ

ยาชีเราะห์ เจะหลงและคณะ (2556) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีช่วงอายุ 20 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 3 นักศึกษาส่วนใหญ่เรียนคณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการเกษตรและเรียนคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่าความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ด้านระบบเครือข่าย (Wireless) ของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาด้านการสืบค้นฐานข้อมูล มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาและด้านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสถานที่ ด้านเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตและภาพรวมของระดับความพึงพอใจ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่เดียวกันความพึงพอใจด้านระบบบริการนักศึกษามี 2 ระดับเท่ากันคือระดับปานกลางและระดับมาก นักศึกษาที่มีเพศและอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาไม่แตกต่างกันขณะเดียวกันนักศึกษาที่มีระดับชั้นปี คณะที่ศึกษาและสถานที่พักแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาแตกต่างกัน

ณัฐภูมิ บัวแก้ว (2558) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ใช้งานตามบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 40,000 บาทต่อเดือน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ใช้งานตามบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ บริการ และราคา ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายและพนักงาน

อรวรรณ กิตติศัพท์กุล (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (บรอดแบนด์) กรณีศึกษา ผู้ให้บริการโทรคมนาคมภาครัฐ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารในระดับภาคของผู้ให้บริการโทรคมนาคมภาครัฐ มีประสบการณ์การทำงานในธุรกิจโทรคมนาคมเป็นเวลา 20 ปี และลูกค้าลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (บรอดแบนด์) มาเป็นเวลา 8 ปี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า โดยคุณภาพเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้ามากกว่าคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของลูกค้าดังนั้นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (บรอดแบนด์) หรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพเทคโนโลยี ควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพการบริการ โดยเน้นการสร้าง ความพึงพอใจจากคุณภาพเทคโนโลยี ให้มีพื้นที่การให้บริการที่ครอบคลุม มีความเร็วของสัญญาณที่คงที่ตลอดระยะเวลาที่ใช้งาน ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เป็นประสบการณ์ที่ดีซึ่งจะสะสม จนกระทั่งเกิดเป็นความจงรักภักดี กลับมาซื้อซ้ำหรือใช้บริการต่อไปอย่างต่อเนื่อง

ผุสชา กล่อมกุล (2560) ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน AIS Fibre ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุ 30-39 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสถานภาพโสด หย่าร้าง แยกกันอยู่ หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,399 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน AIS Fibre แตกต่างกัน ส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน AIS Fibre ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครระดับสูง ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มี

ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน AIS Fibre ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครระดับปานกลาง

พรพิมล แก้วเกิด (2555) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตกรณศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เป็นเพศชาย มีอายุ 18-22 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักศึกษา ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตด้านการให้บริการอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์สำนักงาน แตกต่างกัน นอกจากนี้พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเรื่องวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่ได้รับส่งข้อมูลและวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ใช้ ค้นหาข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตด้านบริการเครือข่ายไร้สาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวนชั่วโมงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ใช้ รับส่งข้อมูล และวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ใช้ ค้นหาข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตด้านการให้บริการอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์สำนักงานแตกต่างกัน จำนวนชั่วโมงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่ได้รับส่งข้อมูล และวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่ใช้ดาวน์โหลดโปรแกรมที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตด้านบริการแตกต่างกัน ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตด้านบริการเครือข่ายไร้สาย ด้านการให้บริการอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์สำนักงานและด้านบริการอยู่ในระดับมาก

ชลธิชา มูลจักษ์ดีและคณะ (2560) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายในบ้านของประชากรในเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร กรณศึกษาเปรียบเทียบผู้บริการ TOT , TRUE , AIS และ 3BB ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และค้าขาย มีรายได้เฉลี่ย 30,001 – 40,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า คือ ความคาดหวัง คุณภาพ และคุณค่า อีกทั้ง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผู้ให้บริการทั้ง 4 ค่าย ไม่แตกต่างกัน และ กลุ่ม ตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ให้บริการทั้ง 4 จากมากไปหาน้อย TOT, 3BB, TRUE และ AIS ตามลำดับ และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการใช้บริการคือ รายได้ ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพของบริการที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมาก ที่สุดคือ ความเสถียร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการความเร็ว 50Mbps. ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยด้านความคาดหวังที่สูงกว่า ผู้ที่ใช้บริการ ต่ำกว่า 50Mbps.



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการศึกษาครั้งนี้ได้ครอบคลุมไปถึงขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลการกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่การวิจัยการจัดทำข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณจากสูตรการคำนวณแบบไม่ทราบประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 24-27) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% โดยใช้สูตรคำนวณดังนี้

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

โดยที่ n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

Z แทน ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่น ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้คือ

$$95\% \text{ ฉะนั้นจะมีค่า } Z_{1-\alpha/2} = Z_{0.975} = 1.96$$

E แทน ค่าคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้

โดยกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อน $5\% = 0.05$

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{(1.96^2)(0.5)(1-50)}{0.05^2} \\ &= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 คน และได้มีการสำรวจตัวอย่าง เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนไว้อีก 15 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาด เท่ากับ 400 คน รวมเป็นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยวิธีการจับฉลากเพื่อสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างจากจำนวน 50 เขต ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่มตามที่ตั้งของพื้นที่ ได้แก่ พื้นที่เขตชั้นใน เขตชั้นกลาง และเขตชั้นนอก ผู้วิจัยได้ทำการจับฉลากจำนวน 5 เขต โดยแบ่งเป็นเขตชั้นนอกจำนวน 1 เขต เขตชั้นกลาง จำนวน 2 เขตและเขตชั้นในจำนวน 2 เขต เนื่องจากเขตชั้นใน และเขตชั้นกลางเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนเขตปกครองมากกว่าเขตชั้นนอก

1. เขตพื้นที่ชั้นในมีจำนวน 21 เขตการปกครอง จับฉลากได้ 2 เขต คือ เขตห้วยขวางและเขตจตุจักร
2. เขตพื้นที่ชั้นกลางมีจำนวน 18 เขตการปกครอง จับฉลากได้ 2 เขต คือ เขตบางกะปิและเขตคันนายาว
3. เขตพื้นที่ชั้นนอกมีจำนวน 11 เขตการปกครอง จับฉลากได้ 1 เขต คือ เขตหลักสี่

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดโควตา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาจากขั้นตอนที่ 1 มีจำนวน 5 เขตโดยเก็บข้อมูลเขตละเท่า ๆ กัน ได้เขตละ 80 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงสถานที่ในการเก็บข้อมูลแต่ละเขต ดังนี้

ตาราง 2 แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจ

เขตการปกครอง	เขต	สถานที่	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
เขตชั้นใน	เขตห้วยขวาง	ห้างสรรพสินค้าเดอะสตรีท	80
		ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าแกรนด์	
		พระราม 9	
	เขตจตุจักร	ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซาลาดพร้าว	80
เขตชั้นกลาง	เขตบางกะปิ	ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางกะปิ	80
		ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ รามคำแหง	
	เขตคันนายาว	ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์	80
		ศูนย์การค้าเดอะพารามาเนด	
เขตชั้นนอก	เขตหลักสี่	ศูนย์การค้าไอทีสแควร์	80

ขั้นตอนที่ 4 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) เลือกตัวอย่างจากประชากร 5 เขตที่สุ่มในขั้นที่ 1 ซึ่งสะดวกจะให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จนครบ 400 ตัวอย่าง

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับรายละเอียดดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากตาราง เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการศึกษาวิจัย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ ประกอบด้วย

ข้อที่ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) ได้แก่

1. เพศชาย
2. เพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Questions) จากข้อมูลรายงานผลการสำรวจสภาวะการทำงานของประชากร พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติได้ใช้เกณฑ์สำรวจผู้ทำงานอายุตั้งแต่ 15-60 ปีขึ้นไป ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ จึงใช้ช่วงอายุดังกล่าวเป็นเกณฑ์ในการกำหนดช่วงอายุ โดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง มีการคำนวณดังนี้ (มัลลิกา บุญนาค.2537:29)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{60-15}{5} \\ &= 9 \end{aligned}$$

โดยแสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถามดังนี้

1. 15 – 23 ปี
2. 24 – 32 ปี
3. 33 – 41 ปี
4. 42 - 50 ปี
5. 51 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 การศึกษาสูงสุด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) เป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Questions) โดยมีคำตอบให้เลือก ดังนี้

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4 รายได้ต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) เป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Questions) โดยกำหนดรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากฐานข้อมูลเงินเดือนขั้นต่ำปริญญาตรี 15,000 บาทต่อเดือนโดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ได้แก่

1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
2. 15,001 – 25,000 บาท
3. 25,001 – 35,000 บาท
4. 35,001 – 45,000 บาท
5. 45,001 บาทขึ้นไป

ข้อที่ 5 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) เป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Questions) โดยมีคำตอบให้เลือกดังนี้

1. นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต
2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานบริษัทเอกชน
4. ธุรกิจส่วนตัว
5. พ่อบ้าน หรือ แม่บ้าน
6. อื่น ๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตโครงข่ายใยแก้วนำแสง Fiber Optic ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือก 2 ตัวเลือก (Dichotomous questions) คือ ใช่ และไม่ใช่ จำนวน 9 ข้อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) มีข้อความที่เป็นข้อถูกจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1, 2, 4, 7 และมีข้อความที่เป็นข้อผิดจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อ 3, 5, 6, 8, 9 สำหรับเกณฑ์การให้คะแนน คือ

ตอบถูกให้คะแนน 1 คะแนน

ตอบผิดให้คะแนน 0 คะแนน

และในการทดสอบสมมติฐานได้ใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยเมื่อรวมคะแนนและแจกแจงความถี่แล้ว จะแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจออกเป็น 3 ระดับ โดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างของขั้นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{9 - 0}{3} \\
 &= 3
 \end{aligned}$$

การสรุปผลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตโครงข่ายใยแก้วนำแสง Fiber Optic โดยแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจ ออกเป็น 3 ระดับ เพื่อแปลความหมายระดับความรู้ความเข้าใจ ดังนี้

มีความรู้ความเข้าใจระดับมากหมายถึงสามารถตอบคำถามได้ถูก	7-9 ข้อ
มีความรู้ความเข้าใจระดับปานกลางหมายถึงสามารถตอบคำถามได้ถูก	4-6 ข้อ
มีความรู้ความเข้าใจระดับน้อยหมายถึงสามารถตอบคำถามได้ถูก	0-3 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) จำนวน 20 ข้อ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้านดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ	จำนวน 4 ข้อ
2. การให้ความมั่นใจ	จำนวน 4 ข้อ
3. ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ	จำนวน 4 ข้อ
4. ด้านการเอาใจใส่	จำนวน 4 ข้อ
5. ด้านการตอบสนอง	จำนวน 4 ข้อ

คำถามแต่ละข้อแบ่งระดับคุณภาพบริการออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval scale) โดยกำหนดการให้คะแนนไว้ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ค่าประเมิน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 20 ข้อ เป็นลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ในระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) เกณฑ์ค่าเฉลี่ยผลจากการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น (Class)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยนำนักคำถาม คุณภาพบริการ เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21-5.00 หมายถึง คุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอยู่ในระดับดีมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41-4.20 หมายถึง คุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอยู่ในระดับดี

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61-3.40 หมายถึง คุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 - 2.60 หมายถึง คุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอยู่ในระดับไม่ดี

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.80 หมายถึง คุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอยู่ในระดับไม่ดีย่างมาก

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดมีระดับการวัดข้อมูล อันตรภาค (Interval scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ พอใจมากที่สุด พอใจมาก พอใจ พอใจน้อย พอใจน้อยที่สุด โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ค่าประเมิน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 3 ข้อ เป็นลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ในระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เกณฑ์ค่าเฉลี่ยผลจากการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น (Class)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม ความพึงพอใจ เป็นดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกน้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าข้อมูล บทความ ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของงานวิจัยและเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขต และนำข้อมูลที่ได้มาสร้างเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ให้ตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัย

3. สร้างแบบสอบถาม โดยใช้ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่ได้ศึกษามา โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความรู้ความเข้าใจ

เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ด้านคุณภาพบริการเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกและด้านความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

4. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้เสนอต่ออาจารย์ พิจารณาความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อปรับปรุงแบบสอบถามตามคำปรึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษา

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้จริง (Try out) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.70 (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545: 445)

จากการนำแบบสอบถามไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นจำนวน 30 ชุด ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือ	0.845
ด้านการให้ความมั่นใจ	0.845
ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ	0.945
ด้านการเอาใจใส่	0.839
ด้านการตอบสนอง	0.884
ด้านความพึงพอใจ	0.828

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย 2 ส่วน

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นเก็บโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามจนได้ครบตามที่กำหนดไว้

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากวิทยานิพนธ์ สารานุกรม บทความทางวิชาการ หนังสือพิมพ์ วารสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หนังสือที่เกี่ยวข้อง บทความ งานวิจัยและงานเขียนทางวิชาการ

4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูล

จากการที่ได้นำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว แล้วผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ตอบแล้วทั้งหมด 400 ชุดมาดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยผู้วิจัยจะตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้เก็บมาและแยกแบบสอบถามเพื่อคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์
2. การลงรหัส (Coding) โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ในแบบสอบถามแต่ละส่วน
3. การประมวลผลข้อมูล (Processing) โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้วมานับทีละข้อและประมวลผลข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายถึงข้อมูลดังนี้

1.1 ลักษณะส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และแสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3 ด้านคุณภาพบริการเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกและด้านความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) สถิติที่ใช้แปลในการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

2.1 วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่าง ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent sample - t-test) และการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of variance)

2.2 วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance ANOVA)

2.3 การวิเคราะห์คุณภาพการบริการได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive s Analysis)

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 36)

$$P = \frac{f}{n} (100)$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ หรือ % (Percentage)

f แทน ค่าความถี่ที่ต้องการแปลเป็นค่าร้อยละ

n แทน ค่าจำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 36)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน คะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) โดยใช้สูตรดังนี้
(กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 38)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
	x	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัว ยกกำลัง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด ยกกำลัง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 448) ได้แก่

$$\alpha = \frac{k \text{covariance} / \text{variance}}{1 + (k-1) \text{covariance} / \text{variance}}$$

เมื่อ	k	แทน	จำนวนคำถาม
	covariance	แทน	ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
	variance	แทน	ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนร่วมของคำถาม
	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

3.1 การวิเคราะห์ค่าที (Independent Sample t-test) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 135) โดยใช้สูตรดังนี้

$$F = \frac{(n-k) \sum_{i=1}^k n_i (\bar{Z}_i - \bar{Z})^2}{(k-1) \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (Z_{ij} - \bar{Z}_i)^2}$$

โดยที่ F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา Levene

Z_{ij} แทน ค่า $\bar{X}_{ij} - \bar{X}_i$ ดังนี้

$\bar{X}_{ij}$ = ค่าเฉลี่ยของตัวอย่างที่ 1

$\bar{X}_i$ = ค่าสังเกตที่ j ของตัวอย่างที่ 1

df แทน ชั้นของความอิสระดังนี้

ระหว่างกลุ่ม = k-1

ในกลุ่ม = n - k

เมื่อ n คือ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

k คือ จำนวนกลุ่ม

3.1.1 กรณีที่ความแปรปรวนทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($s_1^2 = s_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{Sp \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$\bar{X}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

s_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1

s_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.1.2 กรณีที่ความแปรปรวนทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ($s_1^2 \neq s_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\left[\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} \right]_2}}$$

$$\text{Degree of Freedom (df)} = \frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	$n_1 + n_2 - 2$

3.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) หรือ (One-way ANOVA) เป็นการทดสอบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545: 293)

ตาราง 3 แสดงการคำนวณ Completely Randomized Design (CRD) ANOVA

แหล่งแปรปรวนหรือ แหล่งความผันแปร	องศาอิสระ (df)	ผลบวกกำลังสอง	ค่าประมาณของ ความแปรปรวน $MS = \frac{SS}{df}$	F-Prob.
ระหว่างกลุ่ม	$k - 1$	SS_b	MS_b	MS_b / MS_w
ภายในกลุ่ม	$n - k$	SS_w	MS_w	
ทั้งหมด (Total)	$n - 1$	SS_t		

ที่มา : กัลยา วาณิชยปัญญา. (2546). หลักสถิติ. หน้า 14.

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

MS_b	=	$SS_b / (k - 1)$
MS_w	=	$SS_w / (n - k)$
โดยที่ $k - 1$	แทน	Degree of Freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม df_b
$n - k$	แทน	Degree of Freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม df_w เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F – Distribution

MS_b	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
MS_w	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
SS_b	แทน	ผลบวกกำลังสองภายในกลุ่ม
k	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
df_b	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
df_w	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Fisher's Least – Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา.2546: 258)

$$LSD = t_{(1\frac{\alpha}{2}; n-k)} \sqrt{MSE (\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j})}$$

เมื่อ $n_i \neq n_j$

$$LSD = t_{(1\frac{\alpha}{2}; n-k)} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

เมื่อ $n_i = n_j$ โดยที่ $df_w = n - k$

LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ i และ j

MSE แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MS_w)
(Mean square error)

k	แทน	จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
n	แทน	จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
α	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน
n_i	แทน	จำนวนตัวอย่างในกลุ่มในกลุ่มที่ i
n_j	แทน	จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ j

3.2.1 กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันใช้ค่า Brown-Forsythe(β) (Hartung.2001: 300) ใช้สูตรดังนี้

$$\beta = \frac{MS_B}{MS_W}$$

โดยค่า $MS_W = \frac{\sum_{i=1}^k (1 - \frac{n_i}{N}) S_i^2}{k-1}$

เมื่อ β	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe
MS_B	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean square between groups)
MS_W	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean square within group)

สำหรับสถิติ Brown-Forsythe

k	แทน	จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่าง
n_i	แทน	จำนวนตัวอย่างในกลุ่มในกลุ่มที่ ii
N	แทน	ขนาดของประชากร
S_i^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ i

3.2.2 กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบเป็นรายคู่ เพื่อดูว่าคู่ใดที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Dunnett's T3 (วิเชียร เกตุสิงห์. 2543: 116)

$$t = \frac{\bar{x}_i - \bar{x}_j}{MS_W \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
$\bar{x}_i$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ i
$\bar{x}_j$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ j

N_i แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มในกลุ่มที่ i

N_j แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ j

กรณีตรวจสอบเงื่อนไขแล้วพบว่า ตัวแปรของแต่ละกลุ่มย่อยมีการแจกแจงแบบปกติ และมีค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มแตกต่างกัน จะใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe(β) ในการทดสอบค่าเฉลี่ย ถ้าพบว่ามีค่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparisons) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ว่ามีค่าใดบ้างที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน ในระดับความสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร

3.3 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อ 2 และ 3 โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา.2545: 311-312)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนน x

$\sum y$ แทน ผลรวมของคะแนน y

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum y^2$ แทน ผลรวมของคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum xy$ แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y

n แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$

ค่า r	ค่าสัมประสิทธิ์	คำอธิบาย
ค่า r มีค่าอยู่ระหว่าง	-1 ถึง 0	แสดงว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
ค่า r มีค่าอยู่ระหว่าง	0 ถึง 1	แสดงว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ค่า r มีค่าอยู่ระหว่าง	1	แสดงว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์

ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก		
ค่า r มีค่าอยู่ระหว่าง	-1	แสดงว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก

ที่มา : ชูศรี วงศ์รัตนะ.(2544): เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย หน้า 316.

สำหรับเกณฑ์ในการประเมินระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรสามารถแปลความหมายของระดับความสัมพันธ์ดังนี้ (Hinkle, 1998:188)

- ถ้าค่า r มีค่าระหว่าง 0.91 – 1.00 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก
- ถ้าค่า r มีค่าระหว่าง 0.71 – 0.90 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูง
- ถ้าค่า r มีค่าระหว่าง 0.51 – 0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
- ถ้าค่า r มีค่าระหว่าง 0.31 – 0.50 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
- ถ้าค่า r มีค่าระหว่าง 0.01 – 0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก
- ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล ความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative hypothesis)
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่พิจารณาใน t-distribution
df	แทน	ระดับชั้นความอิสระ (Degree of freedom)
F	แทน	ค่าสถิติที่พิจารณาใน F-distribution
SS	แทน	ผลรวมคะแนนยกกำลังสอง (Sum of square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมยกกำลังสอง (Mean of square)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ต
ประเภทไฟเบอร์ออฟติก

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ต
ประเภทไฟเบอร์ออฟติก

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด รายได้ และอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก แตกต่างกันอย่างมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ และอาชีพ โดยแจกแจงเป็นค่าความถี่ และค่าร้อยละดังตาราง 5

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	161	40.20
หญิง	239	59.80
รวม	400	100.00
2. อายุ		
15 – 23 ปี	31	7.80
24 – 32 ปี	180	44.60
33 – 41 ปี	137	34.30
42 – 50 ปี	52	13.30
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ปริญญาตรี	327	81.80
สูงกว่าปริญญาตรี	73	18.20
รวม	400	100.00
4. รายได้		
15,001 – 25,000 บาท	165	41.20
25,001 – 35,000 บาท	101	25.30
35,001 – 45,000 บาท	76	19.00
45,001 บาทขึ้นไป	58	14.50
รวม	400	100.00
5. อาชีพ		
รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	93	22.30
พนักงานบริษัทเอกชน	249	63.20
ธุรกิจส่วนตัว	58	14.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.80 และเพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 24 – 32 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 44.60 รองลงมา อายุ 33-41 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 อายุ 42 – 50 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และอายุ 15-23 ปีขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.80 รองลงมา คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20

รายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 รองลงมาคือ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20 รองลงมา คือ รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

การวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายดังตาราง 6 และ 7

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภท
ไฟเบอร์ออฟติกของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติก	ตอบถูก		ตอบผิด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีความเร็วสูงกว่าอินเทอร์เน็ตทั่วไป	363	90.80	37	9.20
2. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีเสถียรภาพสูง เพราะข้อมูลถูกส่งผ่านเทคโนโลยีไฟเบอร์ออฟติกเท่านั้น	384	96.00	16	4.00
3. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกสามารถใช้งานได้เมื่อติดตั้งโทรศัพท์บ้าน	134	33.50	266	66.50
4. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอัปเดตข้อมูลได้รวดเร็วกว่าอินเทอร์เน็ตทั่วไป	391	97.70	9	2.30
5. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกไม่สามารถใช้งานได้เมื่ออยู่ในช่วงฝนตกหนัก	81	20.30	319	79.70
6. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกไม่มีบริการหลังการขายในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	48	12.00	352	88.00
7. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกให้บริการผ่านไฟเบอร์ออฟติกแทนการใช้สายทองแดง	350	87.50	50	12.50
8. ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกสามารถติดตั้งได้ทั่วพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร	324	81.00	76	19.00
9. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีความปลอดภัยต่ำ ถูกขโมยข้อมูลได้ง่าย	130	32.50	270	67.50

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามหัวข้อแบบสอบถามได้ดังนี้

ข้อ 1. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีความเร็วสูงกว่าอินเทอร์เน็ตทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบถูกจำนวน 363 คน คิดเป็นร้อยละ 90.80 ตอบผิดจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20

ข้อ 2. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีเสถียรภาพสูงเพราะข้อมูลถูกส่งผ่านเทคโนโลยีไฟเบอร์ออฟติกเท่านั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบถูกจำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 96.00 ตอบผิดจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ข้อ 3. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกสามารถใช้งานได้เมื่อติดตั้งโทรศัพท์บ้าน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบถูกจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 ตอบผิดจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50

ข้อ 4. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอัปโหลดข้อมูลได้รวดเร็วกว่าอินเทอร์เน็ตทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบถูกจำนวน 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.70 ตอบผิดจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30

ข้อ 5. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกไม่สามารถใช้งานได้เมื่ออยู่ในช่วงฝนตกหนัก ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ตอบถูกจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 ตอบผิดจำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.70

ข้อ 6. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกไม่มีบริการหลังการขายในการแก้ไขปัญหาให้ผู้ลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบถูกจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตอบผิดจำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88.00

ข้อ 7. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกให้บริการผ่านไฟเบอร์ออฟติกแทนการใช้สายทองแดง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบถูกจำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ตอบผิดจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50

ข้อ 8. ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกสามารถติดตั้งได้ทั่วพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบถูกจำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 ตอบผิดจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00

ข้อ 9. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีความปลอดภัยต่ำถูกขโมยข้อมูลได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบถูกจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ตอบผิดจำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก	จำนวน	ร้อยละ
ระดับความรู้ความเข้าใจปานกลาง	39	9.80
ระดับความรู้ความเข้าใจมาก	361	90.20
รวม	400	100.00

จากตาราง 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกในระดับมากจำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 90.20 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกในระดับปานกลาง จำนวนจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพบริการประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ การให้ความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการเอาใจใส่ ด้านการตอบสนอง ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

คุณภาพบริการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านความน่าเชื่อถือ			
1. ผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ	4.01	0.60	ดี
2. ผู้ให้บริการมีการบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ	3.93	0.64	ดี
3. ผู้ให้บริการให้คำแนะนำอย่างถูกต้องและชัดเจน	3.98	0.61	ดี
4. ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการด้วยความรับผิดชอบ	4.11	0.65	ดี
รวม	4.01	0.54	ดี
ด้านการสร้างความมั่นใจ			
1. ท่านสามารถมั่นใจได้ว่าผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญและความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด	4.14	0.66	ดี
2. ผู้ให้บริการมีการบริการด้วยวาจาสุภาพอ่อนโยนและมีอัธยาศัยดี	4.14	0.53	ดี
3. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกสามารถให้คำอธิบายและตอบข้อสงสัยได้ตรงประเด็น	4.09	0.62	ดี
4. ขั้นตอนวิธีปฏิบัติต่างๆในการให้บริการมีความคล่องตัว	4.02	0.60	ดี
รวม	4.10	0.54	ดี
ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ			
1. ศูนย์บริการมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและทันสมัยเมื่อท่านเข้ามาใช้บริการ	4.10	0.62	ดี
2. สถานที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	4.06	0.59	ดี
3. ศูนย์บริการมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีความสะอาด	4.12	0.59	ดี
4. มีเอกสารแนะนำข้อมูลแก่ผู้มารับบริการ	4.12	0.55	ดี
รวม	4.10	0.52	ดี

ตาราง 8 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการดูแลเอาใจใส่			
1. ผู้ให้บริการทำให้ท่านรู้สึกได้ว่าท่านได้รับการเป็นพิเศษ	3.86	0.75	ดี
2. ผู้ให้บริการรับฟังปัญหาหรือข้อซักถามของลูกค้าอย่างเต็มที่	4.16	0.62	ดี
3. ผู้ให้บริการเข้าใจถึงความต้องการของท่าน	4.08	0.60	ดี
4. ผู้ให้บริการเอาใจใส่และให้ความสนใจผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต	4.14	0.62	ดี
รวม	4.06	0.54	ดี
ด้านการตอบสนอง			
1. ผู้ให้บริการสามารถบริการด้วยความรวดเร็วทันต่อความต้องการ	3.96	0.67	ดี
2. ผู้ให้บริการมีความพร้อมในการแนะนำและให้คำปรึกษาแก่ท่าน	3.92	0.58	ดี
3. ระยะเวลาในการให้บริการของผู้ให้บริการแต่ละชั้นตอนมีความเหมาะสม	4.00	0.57	ดี
4. ผู้ให้บริการแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพ สามารถแก้ไขจนสามารถให้บริการได้ตามปกติ	4.10	0.54	ดี
รวม	3.99	0.51	ดี

จากตาราง 8 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพบริการประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ การให้ความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า

ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นข้อผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการด้วยความรับผิดชอบ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ข้อผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ ข้อผู้ให้บริการให้คำแนะนำอย่างถูกต้องและชัดเจน และข้อผู้ให้บริการมีการบำรุงรักษา

อุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01, 3.98 และ 3.93 ตามลำดับ

ด้านการสร้างความมั่นใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านการสร้างความมั่นใจ โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นข้อศูนย์บริการมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีความสะอาดและข้อผู้ให้บริการมีการบริการด้วยวาจาสุภาพอ่อนโยนและมีอัธยาศัยดี อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ข้อผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกสามารถให้คำอธิบาย และข้อขั้นตอนวิธีปฏิบัติต่างๆในการให้บริการมีความคล่องตัว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และ 4.02 ตามลำดับ

ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นข้อท่านสามารถมั่นใจได้ว่าผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญและความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ตรงจุดและข้อมีเอกสารแนะนำข้อมูลแก่ผู้มารับบริการ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ข้อศูนย์บริการมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและทันสมัยเมื่อท่านเข้ามาใช้บริการ และข้อสถานที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และ 4.06 ตามลำดับ

ด้านการดูแลเอาใจใส่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นข้อผู้ให้บริการรับฟังปัญหาหรือข้อซักถามของลูกค้าอย่างเต็มที่ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ข้อผู้ให้บริการเอาใจใส่และให้ความสนใจผู้ใช้บริการ อินเทอร์เน็ต ข้อผู้ให้บริการเข้าใจถึงความต้องการของท่าน และข้อผู้ให้บริการทำให้ท่านรู้สึกได้ว่าท่านได้รับการเป็นพิเศษ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14, 4.08 และ 3.86 ตามลำดับ

ด้านการตอบสนอง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านการตอบสนอง โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นข้อผู้ให้บริการแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพ สามารถแก้ไขจนสามารถใช้บริการได้ตามปกติ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ข้อระยะเวลาในการให้บริการของผู้ให้บริการแต่ละขั้นตอนมีความเหมาะสม ข้อผู้ให้บริการสามารถบริการด้วยความรวดเร็วทันต่อ

ความต้องการ และขอให้ผู้ให้บริการมีความพร้อมในการแนะนำและให้คำปรึกษาแก่ท่าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 , 3.96 และ 3.92 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

ความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติก	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.คุณภาพของอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีความเร็วที่สม่ำเสมอตามที่คาดหวัง	3.60	0.65	มาก
2.ความสะดวกสบายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก	3.85	0.60	มาก
3.ราคาอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีความเหมาะสม	4.60	0.65	มากที่สุด
ความพึงพอใจโดยรวม	3.68	0.57	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกข้อราคาอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ข้อความสะดวกสบายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก และข้อคุณภาพของอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีความเร็วที่สม่ำเสมอตามที่คาดหวัง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และ 3.60 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด รายได้ และอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานย่อย ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ ออฟติกไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ ออฟติกแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าที (Independent sample t-test) โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ตาราง 10 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามเพศ โดยใช้ Levene's test

ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติก	Levene's Test for Equality of Variance	
	F	Sig
ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติก	7.941**	0.005

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 10 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามเพศ โดยใช้ Levene's test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงใช้การทดสอบค่า t กรณีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน (Equal variances not assumed)

ตาราง 11 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภท ไฟเบอร์ออฟติก	เพศ	t-test of Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ความพึงพอใจในการใช้บริการ	ชาย	3.89	0.3633	3.773**	397	0.000
อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก	หญิง	3.72	0.5405			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 11 ผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามเพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศชายมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมากกว่าเพศหญิง

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference(LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ตาราง 12 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ของแต่ละกลุ่มอายุ โดยใช้ Levene's test

ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภท ไฟเบอร์ออปติก	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก	0.451	3	272	0.711

จากตาราง 12 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ของแต่ละกลุ่มอายุ โดยใช้ Levene's test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.711 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

ตาราง 13 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต
ประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามอายุ โดยใช้ F-test

ความพึงพอใจในการใช้							
บริการอินเทอร์เน็ต	แหล่งความ	df	SS	MS	F	Sig.	
ประเภท	แปรปรวน						
ไฟเบอร์ออฟติก							
ความพึงพอใจในการใช้	ระหว่างกลุ่ม	3	0.522	0.164	0.223	0.886	
บริการอินเทอร์เน็ตประเภท	ภายในกลุ่ม	272	231.017	0.819			
ไฟเบอร์ออฟติก							
รวม		275	231.539				

จากตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามอายุ โดยใช้ F-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.886 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติกไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าที (Independent sample t-test) โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ตาราง 14 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต
ประเภทไฟเบอร์ออปติก ของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้ Levene's test

ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก	Levene's Test for Equality of Variance	
	F	Sig.
ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออปติก	7.810**	0.005

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 14 พบว่าผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้ Levene's test มีค่า Sig เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงใช้การทดสอบค่า t กรณีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน (Equal variances not assumed)

ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต
ประเภทไฟเบอร์ออปติก จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความพึงพอใจในการใช้ บริการอินเทอร์เน็ตประเภท ไฟเบอร์ออปติก	ระดับ การศึกษา	t-test of Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ ออปติก	ปริญญา ตรี สูงกว่า ปริญญาตรี	3.80	0.5101	1.079**	152	0.282
		3.75	0.3425			

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ การเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก โดยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดมีค่า Sig. เท่ากับ 0.282 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference(LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ตาราง 16 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต
ประเภทไฟเบอร์ออฟติก ของแต่ละกลุ่มรายได้ โดยใช้ Levene's test

ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภท ไฟเบอร์ออฟติก	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติก	15.359**	3	396	0.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 16 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ของแต่ละกลุ่มรายได้ โดยใช้ Levene's test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่ามีความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้น จึงใช้การทดสอบ Brown-Forsythe test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการ
อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามรายได้ โดยใช้ Brown-Forsythe test

ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภท ไฟเบอร์ออฟติก	Brown-Forsythe test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก	1.724	3	282.909	0.162

จากตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก จำแนกตามรายได้ โดยใช้ Brown-Forsythe test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.162 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง

(H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่รายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference(LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ตาราง 18 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ของแต่ละกลุ่มอาชีพ โดยใช้ Levene's test

ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภท ไฟเบอร์ออปติก	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก	4.443*	2	397	0.013

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ของแต่ละกลุ่มอาชีพ โดยใช้ Levene's test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe test ในการทดสอบ

ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Brown-Forsythe test

ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภท ไฟเบอร์ออปติก	Brown-Forsythe test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก	4.274*	2	190.791	0.015

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก จำแนกตามอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงใช้การทดสอบจำแนกเป็นรายคู่ ด้วย Dunnett T3

ตาราง 20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการ

อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ด้วย Dunnett T3

อายุ	$\bar{x}$	รับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว
		3.93	3.75	3.75
รับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	3.93	-	0.1804* (0.027)	0.1826 (0.101)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.75		-	0.1833* (0.021)
ธุรกิจส่วนตัว	3.75			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ด้วย Dunnett T3พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ กับ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ กับ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก มากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.1804

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก มากกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.1833

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้ให้บริการที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ให้บริการที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกันไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ให้บริการที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า t-test โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็น อิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.01

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variance assumed และถ้าค่าความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variance not assumed โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต
ประเภทไฟเบอร์ออฟติก ของแต่ละกลุ่มความรู้ความเข้าใจโดยใช้ Levene's test

ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติก	Levene's Test for Equality of Variance	
	F	Sig.
ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติก	69.782**	0.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 21 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ของแต่ละกลุ่มความรู้ความเข้าใจโดยใช้ โดยใช้ Levene's test มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงใช้การทดสอบค่า t กรณีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน (Equal variances not assumed)

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต
ประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตก โดยจำแนกตามความรู้ความเข้าใจ

ความพึงพอใจในการใช้ บริการอินเทอร์เน็ตประเภท ไฟเบอร์ออฟติก	ความรู้ ความ เข้าใจ	t-test of Equality of Means				
		$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ ออฟติก	ระดับ ปานกลาง ระดับมาก	4.84	0.2255	15.231**	346	0.008
		4.05	0.5355			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกจำแนก ตามระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก โดยใช้สถิติ ทดสอบ Independent t-test สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความรู้ความเข้าใจระดับมากต่ออินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

สมมติฐานข้อที่ 3 คุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานคร

H_0 : คุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองไม่มีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานคร

H_1 : คุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % เพื่อ วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าตัวแปรทั้งสองตัวมี ความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองกับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

คุณภาพการบริการ	ความพึงพอใจในการใช้ บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติก		ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
	r	Sig.		
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	0.522**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
2. ด้านการสร้างความมั่นใจ	0.561**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
3. ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ	0.506**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่	0.531**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
5. ด้านการตอบสนอง	0.665**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
รวม	0.611**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการโดยรวมกับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณภาพการบริการโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.611 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าคุณภาพการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกโดยรวมมาก ผู้ใช้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกโดยรวมมากขึ้นในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณภาพการบริการด้านความ

ด้านรูปลักษณะทางกายภาพ พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณภาพการบริการ ด้านรูปลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภท ไฟเบอร์ออฟติกอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.506 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า คุณภาพการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกด้านรูปลักษณะทางกายภาพเพิ่มขึ้น ผู้ใช้บริการ จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ด้านการดูแลเอาใจใส่ พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.531 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกด้านการดูแลเอาใจใส่เพิ่มขึ้น ผู้ใช้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ด้านการตอบสนอง พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก

อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.665 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกด้านการตอบสนองเพิ่มขึ้น ผู้ใช้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 24 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด รายได้ และอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน		
สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน		
-ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Independent sample t-test
สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน		
-ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน		
-ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Independent sample t-test
สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน		
-ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown-Forsythe test

ตาราง 24 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา สูงสุด รายได้ และอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ ออปติกแตกต่างกัน		
สมมติฐานข้อที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออปติกแตกต่างกัน		
-ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown-Forsythe test
สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ ออปติก แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกแตกต่างกัน		
-ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Independent sample t-test
สมมติฐานข้อที่ 3 คุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานคร		
-ความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการ และเพื่อใช้เป็นข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้านำไปใช้ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ผลการศึกษาค้นคว้า สามารถสรุปได้ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

สังเขปการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองกับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกเพื่อที่จะได้นำไปวางแผนทางกลยุทธ์ทางการตลาด ได้อย่างถูกต้องในการเข้ามาเป็นผู้เล่นในตลาดรายใหม่
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ประกอบการให้ดียิ่งขึ้นและมีความเหมาะสมเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ให้บริการหันมาใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการศึกษาเพิ่มเติมด้านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกในการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด รายได้ และอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกแตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกแตกต่างกัน
3. คุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วาณิชบัญชา 2546; กัลยา วาณิชบัญชา, 2544) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง และสำรวจจำนวนตัวอย่างไว้จำนวน 15 ตัวอย่าง รวมเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยวิธีการจับฉลากเพื่อสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 เขต ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่มตามที่ตั้งของพื้นที่ ได้แก่ เขตชั้นใน เขตชั้นกลางและเขตชั้นนอก ผู้วิจัยได้ทำการจับฉลากเพื่อสุ่มตัวอย่างจากพื้นที่เขตชั้นนอกจำนวน 1 เขตปกครอง, เขตชั้นกลางและเขตชั้นใน พื้นที่ละ 2 เขตปกครอง เนื่องจากเขตชั้นใน และเขตชั้นกลางเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนเขตปกครองมากกว่าเขตชั้นนอก โดยรวมได้กลุ่มตัวอย่าง 5 เขต คือ เขตชั้นใน ได้แก่ เขตห้วยขวางและเขตจตุจักร เขตชั้นกลาง ได้แก่ เขตบางกะปิและเขตคันนายาว เขตชั้นนอก ได้แก่ เขตหลักสี่

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดโควตา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาจากขั้นตอนที่ 1 มีจำนวน 5 เขต โดยเก็บเขตละเท่า ๆ กันได้ประมาณเขตละ 80 คน ต่อเขต รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ โดนเลือกเจาะจงไปยังสถานที่ตามเขตที่สุ่มไว้

ตาราง 24 แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจ

เขตการปกครอง	เขต	สถานที่	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
เขตชั้นใน	เขตห้วยขวาง	ห้างสรรพสินค้าเดอะสตรีท	80
		ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล	
		พลาซ่าแกรนด์พระราม 9	
เขตชั้นกลาง	เขตจตุจักร	ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล	80
		พลาซาลาดพร้าว	
		ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์	
เขตชั้นนอก	เขตคันนายาว	ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์	80
		ศูนย์การค้าเดอะพรอมานาด	
		ศูนย์การค้าไอทีสแควร์	

ขั้นตอนที่ 4 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) เลือกตัวอย่างจากประชากร 5 เขตที่สุ่มในขั้นที่ 1 ซึ่งสะดวกจะให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้จนครบ 400 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าข้อมูล บทความ ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของงานวิจัยและเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตและนำข้อมูลที่ได้มาสร้างเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ให้ตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัย
3. สร้างแบบสอบถาม โดยใช้ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่ได้ศึกษามา โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ด้านคุณภาพบริการเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกและด้านความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก
4. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้เสนอต่ออาจารย์ พิจารณาความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อปรับปรุงแบบสอบถามตามคำปรึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษา
5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้จริง (Try out) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 445)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย 2 ส่วน

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นข้อมูลปฐมภูมิซึ่งเป็นเก็บโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามจนได้ครบตามที่กำหนดไว้
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากวิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ บทความทางวิชาการ หนังสือพิมพ์ วารสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หนังสือที่เกี่ยวข้อง บทความ งานวิจัยและงานเขียนทางวิชาการ

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูล

จากการที่ได้นำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ตอบแล้วทั้งหมด 400 ชุดมาดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยผู้วิจัยจะตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้เก็บมาและแยกแบบสอบถามเพื่อคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์
2. การลงรหัส (Coding) โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ในแบบสอบถามแต่ละส่วน
3. การประมวลผลข้อมูล (Processing) โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้วมาบันทึกและประมวลผลข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายถึงข้อมูลดังนี้

- 1.1 ลักษณะส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และแสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage)
- 1.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- 1.3 ด้านคุณภาพบริการเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกและด้านความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) สถิติที่ใช้แปลในการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

- 2.1 วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่าง ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าที่ (Independent sample - t-test) และการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of variance)

2.2 วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent sample - t-test)

2.3 การวิเคราะห์คุณภาพการบริการได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ และอาชีพ โดยแจกแจงเป็นค่าความถี่ และค่าร้อยละ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ตัวอย่าง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.80 มีอายุ 24 – 32 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 44.60 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.80 มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ ออฟติก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกในระดับมากจำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 90.20 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกในระดับปานกลาง จำนวนจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ในข้อผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการด้วยความรับผิดชอบ ข้อผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ ข้อผู้ให้บริการให้คำแนะนำอย่างถูกต้องและชัดเจน และข้อผู้ให้บริการมีการบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ

ด้านการสร้างความมั่นใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านการสร้างความมั่นใจ โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ในข้อศูนย์บริการมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีความสะอาด ข้อผู้ให้บริการมีการบริการด้วยวาจาสุภาพอ่อนโยนและมีอัธยาศัยดี ข้อผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกสามารถให้คำอธิบาย และข้อขั้นตอนวิธีปฏิบัติต่างๆในการให้บริการมีความคล่องตัว

ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ในข้อท่านสามารถมั่นใจได้ว่าผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญและความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด ข้อมีเอกสารแนะนำข้อมูลแก่ผู้มารับบริการ ข้อศูนย์บริการมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและทันสมัยเมื่อท่านเข้ามาใช้บริการ และข้อสถานที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ

ด้านการดูแลเอาใจใส่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ในข้อผู้ให้บริการรับฟังปัญหาหรือข้อซักถามของลูกค้าอย่างเต็มที่ ข้อผู้ให้บริการเอาใจใส่และให้ความสนใจผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ข้อผู้ให้บริการเข้าใจถึงความต้องการของท่าน และข้อผู้ให้บริการทำให้ท่านรู้สึกได้ว่าท่านได้รับการเป็นพิเศษ

ด้านการตอบสนอง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านการตอบสนอง โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ในข้อผู้ให้บริการแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพ สามารถแก้ไขปัญหาสามารถใช้บริการได้ตามปกติ ข้อระยะเวลาในการให้บริการของผู้ให้บริการแต่ละขั้นตอนมีความเหมาะสม ข้อผู้ให้บริการสามารถบริการด้วยความรวดเร็วทันต่อความต้องการ และข้อผู้ให้บริการมีความพร้อมในการแนะนำและให้คำปรึกษาแก่ท่าน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ต
ประเภทไฟเบอร์ออฟติก

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ต
ประเภทไฟเบอร์ออฟติกโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม
มีความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกข้อราคาอินเทอร์เน็ต
ประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ข้อความสะดวกสบายในการใช้
บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก และข้อคุณภาพของอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟ
ติกมีความเร็วที่สม่ำเสมอตามที่คาดหวัง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการ
บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการในเขตที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย
เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด รายได้ และอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการ
อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้
บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิง มีความ
พึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศชายมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต
ประเภทไฟเบอร์ออฟติกมากกว่าเพศหญิง

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้
บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึง
พอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ
สมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด แตกต่างกัน มีความ
พึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด
แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกไม่แตกต่างกัน ที่
ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีระดับความรู้ความเข้าใจระดับมากต่ออินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

สมมติฐานข้อที่ 3 คุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ด้านความน่าเชื่อถือ

คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.522 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

ด้านการสร้างความมั่นใจ

คุณภาพการบริการด้านการสร้างความมั่นใจ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.561 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ

คุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.506 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

ด้านการดูแลเอาใจใส่

คุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.531 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

ด้านการตอบสนอง

คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.665 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. **เพศ** ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกแตกต่างกัน โดยเพศชายมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมากกว่าเพศหญิง เนื่องจากเพศชายเป็นเพศที่มีความกล้าเสี่ยงและชอบทดลองมากกว่าเพศหญิง ดังนั้นเพศชายจึงมีความสนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ มากกว่าเพศหญิง ทำให้

เพศชายสนใจที่จะเรียนรู้โซลูชันทางเทคโนโลยี ตลอดจนการใช้งานของอุปกรณ์และสามารถที่จะเรียนรู้ถึงความทันสมัย และรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยีได้มากกว่า อันนำไปสู่ความพึงพอใจต่อการใช้บริการและส่งผลต่อเจตคติที่ดีที่จะใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรวรินทร์ สิงห์แก้ว (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Internet Broadband) ของสำนักงานบริการลูกค้า กสท ล่าปาง พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Internet Broadband) ของสำนักงานบริการลูกค้า กสท ล่าปาง แตกต่างกัน โดยเพศชายมีความพึงพอใจในมากกว่าเพศหญิง เพราะในปัจจุบันมีเทรนด์เทคโนโลยี เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และกระแสนิยมในสังคมมีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตได้ทุกเวลาจนเกิดความพึงพอใจได้ง่าย และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550 : 51-52) กล่าวว่า เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกัน โดยเพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกัน ในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน

2. **อายุ** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มอายุมีความจำเป็นต้องใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาอินเทอร์เน็ตประกอบ การศึกษาค้นคว้า การติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ จึงทำให้ผู้บริโภคในทุกกลุ่มอายุดังกล่าวใช้เวลาในการทำกิจกรรมต่างๆผ่านอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกมากขึ้น ดังนั้นจึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสชา กล่อมกุล (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน AIS Fibre ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน AIS Fibre ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของภาวิณี กาญจนภา (2554 : 72) กล่าวว่า อายุปัจจัยที่มีความสำคัญซึ่งสามารถเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจ และวุฒิภาวะในการใช้ชีวิต รวมไปถึงพฤติกรรมและความรู้ความเข้าใจ

3. **ระดับการศึกษา** ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกไม่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ประกอบการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกมีคุณภาพบริการที่ผู้ใช้บริการไม่ว่าจะเป็นระดับการศึกษาใดก็

สามารถเข้าถึงบริการได้เท่าเทียมกัน อีกทั้งปัจจุบันการให้บริการอินเทอร์เน็ตนับเป็นปัจจัยพื้นฐานของบุคคล ซึ่งผู้ให้บริการทุกระดับการศึกษาต่างก็ มีความต้องการคุณภาพการให้บริการของอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพ ควบคู่กับความเชี่ยวชาญของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เพื่อความสะดวกสบายและคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้ใช้บริการ จึงทำให้ทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกที่ไม่แตกต่างกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมล แก้วเกิด (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตกรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตในทุกด้านของการให้บริการไม่แตกต่างกัน

4. รายได้ ผู้ให้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกไม่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก มีการให้ส่วนลดค่าบริการ ทั้งส่วนลดลูกค้ารายใหม่และส่วนลดลูกค้ารายเดิม พร้อมทั้งแพ็คเกจฟങ്เบอร์โทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นส่วนลดค่าบริการที่ให้ต่อเนื่องตลอดการให้บริการ โดยเป็นส่วนลดค่าบริการไม่มีข้อผูกมัด รวมถึงมีบริการความบันเทิงของแอปพลิเคชันและกล่องสำหรับดูหนังฟังเพลงสำหรับคอยให้บริการแก่ผู้ให้บริการโดยไม่ต้องเสียค่าบริการเพิ่มเติม ทำให้ผู้ให้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน ก็สามารถเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกได้อย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้นจึงมีความพึงพอใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของของ สราวิรินทร์ สิงห์แก้ว (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Internet Broadband) ของสำนักงานบริการลูกค้า กสท ล่าปาง พบว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกไม่แตกต่างกัน

5. อาชีพ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกแตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกมากที่สุด เนื่องจาก ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ได้มีการออกนโยบายเพื่อเสนอสิทธิประโยชน์และสวัสดิการเพื่อเป็นประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารให้แก่ผู้ให้บริการที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ให้สามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกในราคาพิเศษ ทำให้ผู้ให้บริการที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจมีความต้องการที่จะแสวงหาโอกาสในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกเพื่อลดค่าใช้จ่ายและเป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา มุลจกดีและคณะ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายในบ้านของประชากรในเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้บริการ TOT , TRUE , AIS และ 3BB พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายในบ้านของประชากรในเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันและสอดคล้องกับแนวคิด ของ วารุณี ตันติวงศ์วานิช (2554 : 105-107) กล่าวว่า อาชีพส่งผลให้เห็นลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของ ซึ่งอาชีพจะแสดงถึงการมีงานทำ การว่างงานรวมถึงสถานะด้านอาชีพที่เป็นองค์ประกอบอย่างสำคัญ ต่อองค์ความรู้ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีความสำคัญ

6. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกแตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจระดับมากมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจน้อยถึงปานกลาง เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกมาก จะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกว่ามีเสถียรภาพสูงเพราะข้อมูลถูกส่งผ่านเทคโนโลยีไฟเบอร์ออปติกเท่านั้น อีกทั้งอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกอัปโหลดข้อมูลได้รวดเร็วกว่าอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทั่วไป และให้บริการผ่านไฟเบอร์ออปติกแทนการใช้สายทองแดง จึงทำให้ผู้ให้บริการที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกมากจะมีความพึงพอใจมากด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิมล ระวัง (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่านักศึกษาที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์สูงขึ้นก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น เพราะเมื่อนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจขั้นตอนการใช้อินเทอร์เน็ตในศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ถูกต้อง จะทำให้การเกิดการใช้งานที่คล่องตัวจนเกิดเป็นความพึงพอใจในที่สุด

7. คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง เนื่องจาก การตอบสนองด้านการแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพ เป็นการให้บริการที่มีเอกลักษณ์ มีจุดเด่นที่แตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่นได้ มีการบริการด้วยความรวดเร็วควบคู่ไปกับความพร้อมในการแนะนำ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกได้ ทำให้เป็นประโยชน์ในเรื่องการ

ติดต่อสื่อสารได้อย่างดี ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ควรรักษาจุดเด่นดังกล่าว รวมทั้งพัฒนาความเร็วและคุณภาพบริการด้านการตอบสนอง โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหลัก จนเกิดเป็นการจูงใจเพื่อให้ทำให้สามารถสร้างความพึงพอใจและเกิดความแตกต่างจากคู่แข่งชั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรวรรณ กิตติศัพท์กุล (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (บรอดแบนด์) กรณีศึกษา ผู้ให้บริการโทรคมนาคมภาครัฐ พบว่าคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของลูกค้า และความพึงพอใจนั้นจะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดี

8. คุณภาพการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ คุณภาพการบริการด้านการสร้างความมั่นใจ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง เนื่องจาก ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีจุดเด่นในเรื่องความเชี่ยวชาญและความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ตรงจุดชัดเจน ผู้ใช้บริการสามารถขอรับบริการหลังการขายกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกได้ เช่น เมื่อเกิดความขัดข้องในการใช้งาน ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกสามารถอธิบายและตอบข้อสงสัยได้ตรงประเด็น ทำให้ผู้ใช้บริการบอกต่อถึงความมีเสถียรภาพของคุณภาพสัญญาณผ่านการใช้งานอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกบ่อยครั้งขึ้นกับกลุ่มคนทางสังคมที่ผู้ใช้บริการมีปฏิสัมพันธ์ด้วย ทั้งครอบครัว กลุ่มเพื่อน และกลุ่มเพื่อนในสังคมโซเชียลมีเดียซึ่งปัจจุบันอยู่ในยุคที่บุคคลมีความใกล้ชิดกับเพื่อนในสื่อสังคมโซเชียลมีเดียอย่างมาก ก่อให้เกิดความมั่นใจและความคิดที่เหมือนกัน จนเกิดเป็นการจูงใจเพื่อให้ทำให้สามารถสร้างความพึงพอใจสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรวรรณ กิตติศัพท์กุล (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (บรอดแบนด์) กรณีศึกษา ผู้ให้บริการโทรคมนาคมภาครัฐ พบว่าคุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของลูกค้า และความพึงพอใจนั้นจะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดี

9. คุณภาพการบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ คุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง เนื่องจาก บุคลากรถือเป็นจุดเด่นของการให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก ไม่ว่าจะเป็น

เป็นความมีมนุษยสัมพันธ์ของบุคลากรภายในศูนย์บริการ ความเอาใจใส่และให้ความสนใจ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต การรับฟังปัญหาหรือข้อซักถามของลูกค้าอย่างเต็มที่เท่าเทียมกันทุกราย ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับดี ดังนั้นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก จะต้องมีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โดยมีการอบรมและสนับสนุนทางวิชาการให้กับบุคลากรที่ปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มทักษะในการบริการและสื่อสารกับผู้ใช้บริการ จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิวุฒิ ตั้งจิตการุญ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และการตัดสินใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าคุณภาพการบริการในด้านการดูแลเอาใจใส่รายบุคคล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด

10. คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง เนื่องจากถ้าผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก มีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วและมีการบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอที่จะช่วยให้ผู้ใช้บริการได้ใช้งานอย่างต่อเนื่อง มีการบริการหลังการขายหากเกิดปัญหาการใช้งานขึ้น ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญของศูนย์บริการลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งมีความปลอดภัยในการใช้บริการ สามารถได้รับคำแนะนำอย่างถูกต้อง เช่น ระดับความเร็วของสัญญาณ ปัญหาการใช้งานในด้านต่างๆ และสามารถตรวจสอบสถานะการใช้งานได้ภายในแอปพลิเคชัน จึงทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจได้บ่อยครั้ง และยอมจ่ายเงินในจำนวนที่มากขึ้นเพื่อใช้บริการผ่านความเร็วในระดับต่างๆ เพราะบริการอินเทอร์เน็ตมีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรพรรณ กิตติศัพท์กุล (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (บรอดแบนด์) กรณีศึกษา ผู้ให้บริการโทรคมนาคมภาครัฐ พบว่าคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของลูกค้า และความพึงพอใจนั้นจะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดี

11. คุณภาพการบริการ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ คุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง เนื่องจาก ศูนย์บริการของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก นับว่า

เป็นศูนย์บริการที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย ทำให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ อย่างไรก็ตามผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงศูนย์บริการอยู่เสมอ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้ทันสมัยและครบครัน โดยควรนำเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ เช่น Cloud, Big Data Analytics มาใช้ในศูนย์บริการเพื่ออำนวยความสะดวกและแก้ไขปัญหาให้กับผู้ให้บริการ ตลอดจนทำให้ผู้ให้บริการสามารถติดต่อศูนย์บริการได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญญา ตั้งจิตการุญ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และการตัดสินใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าคุณภาพการบริการในด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1. ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้ประกอบการ ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก เพื่อให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ผู้ใช้บริการที่มี เพศ และ อาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกแตกต่างกัน ซึ่งควรเน้นทำการตลาดกับผู้บริโภคเพศหญิง อายุ 24 – 32 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท และมีอาชีพราชการหรือรัฐวิสาหกิจ เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายผู้ให้บริการ เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ให้บริการที่มีพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกมากที่สุด

2. ด้านความรู้ความเข้าใจ ผู้ให้บริการควรมีการเผยแพร่ข้อมูลให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกว่าในปัจจุบันยังไม่สามารถติดตั้งได้ทั่วพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก เป็นบริการใหม่ทำให้ในบางพื้นที่โครงข่ายยังขยายไปไม่ถึงจึงไม่สามารถติดตั้งได้ ก่อนที่จะใช้บริการต้องมีการตรวจสอบพื้นที่การให้บริการกับเจ้าหน้าที่ก่อนการติดตั้งทุกครั้ง ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรเพิ่มการลงทุนเร่งการขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมเพื่อให้สามารถให้บริการได้ทุกพื้นที่ และเมื่อมีการขยายโครงข่ายเพิ่มเติม

แล้ว ผู้ให้บริการควรมีการประชาสัมพันธ์แจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบ ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอย่างถูกต้อง เนื่องจากศึกษาพบว่าผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจมากจะส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมากขึ้น

3 ด้านการตอบสนอง ผู้ให้บริการควรมีการตอบสนองแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพ สามารถให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา แก้ไขปัญหาได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ ควรมีระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอนอย่างมีความเหมาะสม โดยฝ่ายการตลาดควรมีการจัดระบบศูนย์บริการลูกค้าให้มีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อนสามารถดำเนินการได้ในระยะเวลาสั้น สามารถแก้ไขปัญหาการใช้งานได้อย่างทันท่วงที เช่น การส่งเอกสารขอติดตั้งอินเทอร์เน็ตได้ในภายหลัง หรือการแก้ไขปัญหาการใช้งานเบื้องต้นทันที ทั้งผ่านศูนย์บริการลูกค้า ช่องทางโทรศัพท์และช่องทาง online เพื่อเพิ่มความสะดวกต่อผู้ให้บริการและช่วยลดขั้นตอนทำให้ดำเนินการติดตั้งได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ให้บริการประทับใจและเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

4. ด้านการสร้างความมั่นใจ ผู้ให้บริการควรมีความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอย่างถูกต้อง มีวิธีการให้บริการด้วยความคล่องตัว โดยฝ่ายบุคคลควรให้ความสำคัญในการเสริมสร้างทักษะความรู้ในการให้บริการกับพนักงาน จัดอบรมพนักงานประจำศูนย์บริการให้มีความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการให้บริการอย่างถูกต้อง เพื่อให้เจ้าหน้าที่ในศูนย์บริการสามารถแนะนำผู้ให้บริการถึงข้อสงสัยต่างๆได้ตรงตามความต้องการ รวมถึงจัดอบรมพนักงานที่ให้บริการติดตั้งอุปกรณ์ให้มีความชำนาญในการติดตั้ง เพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจอย่างต่อเนื่อง

5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ ผู้ให้บริการควรมุ่งมั่นดูแลเอาใจใส่เพื่อให้ผู้บริการรู้สึกได้ว่าได้รับการเป็นพิเศษและเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี โดยฝ่ายการตลาดควรให้ความสำคัญกับการมอบสิทธิพิเศษ เช่นการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าปัจจุบัน การทดลองใช้อุปกรณ์ต่างๆ เช่น อุปกรณ์ Router Wifi ฟรี มีแอปพลิเคชันในการแจ้งข่าวสารหรือแจ้งโปรโมชั่นใหม่ๆ โดยฝ่ายการตลาดควรวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดในการมอบสิทธิพิเศษต่างๆไปพร้อมกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้ตรงตามความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดึงดูดใจในการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกเพิ่มมากขึ้นจนเกิดเป็นความพึงพอใจอย่างต่อเนื่อง

6. ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ให้บริการควรบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ และให้คำแนะนำผู้ให้บริการได้อย่างถูกต้องเมื่อเกิดปัญหาการใช้งาน โดยผู้ให้บริการต้องมุ่งมั่นพัฒนาความมีเสถียรภาพของโครงข่ายให้มีความเร็วสูงกว่าอินเทอร์เน็ตทั่วไปและมีคุณภาพสัญญาณที่ดีอยู่เสมอ เติบโตขยายโครงข่ายสัญญาณไปยังพื้นที่บริการต่างๆ เช่น แหล่งชุมชน อาคารสำนักงาน เพื่อติดตั้งโครงข่ายเพิ่มเติม มีการจัดหาอุปกรณ์และดูแลรักษาที่แตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่นให้มีความทันสมัยตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการและความต้องการของตลาดอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก เมื่อเกิดปัญหาการใช้งานขึ้นที่วิศวกรต้องสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันที รวดเร็วและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม รวมไปถึงการสร้างชื่อเสียงของอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก ให้เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือของสังคม ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก

7. ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับเรื่องการดูแลศูนย์บริการให้มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและทันสมัย สถานที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ โดยฝ่ายการตลาดควรพัฒนาและปรับปรุงศูนย์บริการร่วมกับการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาอำนวยความสะดวกให้กับผู้ให้บริการ เช่น แก้วน้ำ เครื่องคิดเลข จดหมายแบบเตอร์โทรศัพท์ให้บริการขณะผู้ให้บริการรอรับบริการ รวมถึงตกแต่งบริเวณภายในศูนย์บริการให้สวยงาม อบอุ่น การเลือกทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการควรใกล้กับจุดบริการรถไฟฟ้า BTS หรือรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาด เพื่อศึกษาถึงกระแสมโนทัศน์ของกลุ่มผู้ให้บริการเป้าหมายเปรียบเทียบกันระหว่างอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประเภทผ่านสายทองแดง เพื่อให้ทราบถึงการปรับตัวของคู่แข่ง และข้อได้เปรียบเสียเปรียบของเทคโนโลยีดังกล่าว เพื่อใช้ประโยชน์จากการวิจัยในการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือกิจกรรมทางการตลาดครั้งต่อไป

2. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่ผู้ให้บริการได้รับจากการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก โดยข้อมูลที่ได้สามารถนำมาปรับปรุงให้คุณภาพบริการมีความเหมาะสมต่อไป



บรรณานุกรม

- Hartung. (2001). Testing for Homogeneity in Combining of two-armed with normally distributes responses. *The Indian Journal of Statistics*, 63(12), 300.
- Hinkle, D. E., William, W. and Stephen G. J. . (1998). *Applied Statistics for the Behavior Sciences*. New York Houghton Mifflin.
- kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentic-Hall.
- Parasuraman. (1998). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of marketing*, 64, 12-40.
- กัลยา วานิชย์บัญชา (2546). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3 ed.). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยสำนักพิมพ์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. . (2545). การใช้SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 6 ed.). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. . (2546). การใช้SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ชลธิชา มูลจักษ์และคณะ. (2560). ความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายในบ้านของประชากรในเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้บริการ TOT, TRUE, AIS และ 3BB วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 683.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 8 ed.). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ณัฐภูมิ บัวแก้ว. (2558). กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ใช้งานตามบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (สารนิพนธ์ บธ.บ (บริหารธุรกิจ).), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (ถ่ายเอกสาร), กรุงเทพฯ.
- นปภา พิสิฐมุกดา (2551). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด(ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปรินูญานิพนธ์ ปรินูญามหาบัณฑิต (Master's thesis)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- นิตยา จัณนวล (2550). ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนตลาดบางคูวัด อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี. (วิทยานิพนธ์ปรินูญามหาบัณฑิต (Master's thesis)), มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, กรุงเทพฯ.

- บดีรินทร์ วิจารณ์ (2553). การพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ (พิมพ์ครั้งที่ 7 ed.). กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เนท.
- ประไพ กลมเกลี้ยง. (2551). คุณภาพการให้บริการแก่นักศึกษาของพนักงานมหาวิทยาลัยที่ปฏิบัติงานในสำนักงานคณะกรรมการบริหารธุรกิจและการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Master's thesis)), มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี
- อุบลราชธานี.
- ปาริชาติ นามวัฒน์ (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับคุณภาพการบริการของกอล์ฟอาร์ทเมนท์ให้เช่าในเขตเทศบาลเมืองชัยภูมิ. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Master's thesis)), มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, ชัยภูมิ.
- ผุสชา กล่อมกุล (2560). ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน AIS Fibre ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Master's thesis)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- พรพิมล แก้วเกิด. (2555). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (สารนิพนธ์), คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พรวิมล เชื้อรัตนรักษ์ (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเครื่องครัวอัจฉริยะของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Master's thesis)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- พิศิษฐ์ ตัณฑวนิช (2557). แนวคิดการจำแนกพฤติกรรมการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์การจัดการศึกษาด้านพุทธิพิสัยตามแนวคิดของบลูมและคณะฉบับปรับปรุง. วารสารวิชาการ.มหาวิทยาลัยราชภัฏรำปาง, 3(2), 13-25.
- พิศิษฐ์ ตัณฑวนิช. (2557). แนวคิดการจำแนกพฤติกรรมการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์การจัดการศึกษา ด้านพุทธิพิสัยตามแนวคิดของบลูมและคณะฉบับปรับปรุง. วารสารวิชาการ.มหาวิทยาลัยราชภัฏรำปาง.
- เพียงพร บุญแสน. (2550). คุณภาพการบริการของสำนักงานประกันสังคมต่อผู้ประกันตนในเขตจังหวัดลพบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Master's thesis)), มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, ลพบุรี.
- ภาวิณี กาญจนภา. (2554). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.
- มัลลิกา บุญนาค. (2537). สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยาชีเราะห์ เจะหลงและคณะ (2556). ความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา Retrieved from http://qa.yru.ac.th/cheqa/qadoc/Human/school_year_2556/elements-2/indicat-2.6/2.6-3.9.pdf

- รวีวรรณ ชินะตระกูล (2533). คู่มือการทำวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาคพิมพ์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.). กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.
- วารุณี ตันติวงศ์วานิช (2554). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- วิไลพร เข้ายระโทก (2551). ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการเงินฝากของธนาคารออมสิน ในเขตจังหวัด นครสวรรค์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Master's thesis)), มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, ลพบุรี.
- ศยามล สืบเนื่อง (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดอุบัติเหตุของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท นันยางการ์เมนต์ จำกัด กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Master's thesis)), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 4 ed.). กรุงเทพฯ: ไคมอนด์อินบิซิเนสเวิร์ด.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). จำนวนผู้ใช้งานและปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตบ้านของไทย. Retrieved from สืบค้นจาก : <https://www.kasikornresearch.com/th/Pages/index.aspx>
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.). กรุงเทพฯ: ยูพีซีแอลบุ๊คส์.
- สมหมาย เปียถนอม (2551). ความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับการบริการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม.
- สรชัย พิศาลบุตร (2550). คู่มือการทำวิจัยตลาดเชิงปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา. (2554). คู่มือการประเมินภายนอก รอบที่ 3. Retrieved from สืบค้นจาก <http://qa.buu.ac.th/text/KM-BUU1.pdf>
- สำนักงานวิชาการจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม. (2560). รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม. Retrieved from <http://www.nbtc.go.th>
- สิงห์แก้ว, ส. (2555). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Internet Broadband) ของสำนักงานบริการลูกค้า กสท ลำปาง. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Master's thesis)), มหาวิทยาลัยเนชั่น, กรุงเทพฯ.
- สุนันทา ทวีผล (2550). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการด้านให้คำปรึกษาแนะนำปัญหาตามกฎหมายของสำนักงานอัยการพิเศษฝ่ายช่วยเหลือทางกฎหมาย3 (สคช.). (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Master's thesis)), มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

สุพงษ์ ไสธนะเสถียร. (2555). หลักและทฤษฎีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรางค์ ใจวัตรระกูล. (2553). จิตวิทยาการศึกษา กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวิมล ระวัง (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Master's thesis)), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพฯ.

แสงจันทร์ ไสภากาล. (2550). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจของบุคลากรเกี่ยวกับองค์การบริหาร

ส่วนตำบล. เลย:

. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Master's thesis)), มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, เลย.

อภิญญา ตั้งจิตการุญ. (2555). คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต บริษัท โทร อินเทอร์เน็ต จำกัด ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Master's thesis)), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

อรวรรณ กิตติศัพท์กุล. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (บรอดแบนด์) กรณีศึกษา ผู้ให้บริการโทรคมนาคมภาครัฐ. (สารนิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Master's thesis)), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์., กรุงเทพฯ.



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของ
ผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ เพื่อสังคม สาขาการตลาด (นอกเวลาราชการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติกของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านจะใช้เพื่อการวิจัยนี้และนำเสนอเป็นภาพรวมเท่านั้น

ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความจริง เพื่อให้การวิจัยนี้ได้ผลสมบูรณ์ตามความมุ่งหมายและขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านให้ความร่วมมือ

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก

ส่วนที่ 3 คุณภาพการบริการเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออปติก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

() 1. ชาย	() 2. หญิง
------------	-------------
2. อายุ

() 1. 15 – 23 ปี	() 2. 24 – 32 ปี
() 3. 33 – 41 ปี	() 4. 42 - 50 ปี
() 4. 51 ปีขึ้นไป	
3. การศึกษาสูงสุด

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	() 2. ปริญญาตรี
() 3. สูงกว่าปริญญาตรี	
4. รายได้

() 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	() 2. 15,001 – 25,000 บาท
() 3. 25,001 – 35,000 บาท	() 4. 35,001 – 45,000 บาท
() 5. 45,001 บาทขึ้นไป	
5. อาชีพ

() 1. นักเรียน หรือ นักศึกษา	() 2. รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ
() 3. พนักงานเอกชน	() 4. ธุรกิจส่วนตัว
() 5. พ่อบ้าน หรือ แม่บ้าน	() 6. อาชีพอื่น ๆ

ส่วนที่ 2 : ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้ความเข้าใจของท่านมากที่สุด

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ต ประเภทไฟเบอร์ออฟติก	ใช่	ไม่ใช่
1. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีความเร็วสูงกว่าอินเทอร์เน็ตทั่วไป		
2. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีเสถียรภาพสูงเพราะข้อมูลถูกส่งผ่านเทคโนโลยีไฟเบอร์ออฟติกเท่านั้น		
3. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกสามารถใช้งานได้เมื่อติดตั้งโทรศัพท์บ้าน		
4. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกอัปโหลดข้อมูลได้รวดเร็วกว่าอินเทอร์เน็ตทั่วไป		
5. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกไม่สามารถใช้งานได้เมื่ออยู่ในช่วงฝนตกหนัก		
6. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกไม่มีบริการหลังการขายในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า		
7. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกให้บริการผ่านไฟเบอร์ออฟติกแทนการใช้สายทองแดง		
8. ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกสามารถติดตั้งได้ทั่วพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร		
9. อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีความปลอดภัยต่ำกว่าสัญญาณข้อมูลได้ง่าย		

ส่วนที่ 3 : คุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ระดับคุณภาพบริการเกี่ยวกับ อินเทอร์เน็ตบ้านประเภทไฟเบอร์ออฟติก	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
ด้านความน่าเชื่อถือ					
1. ผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ					
2. ผู้ให้บริการมีการบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ					
3. ผู้ให้บริการให้คำแนะนำอย่างถูกต้องและชัดเจน					
4. ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการด้วยความรับผิดชอบ					
ด้านการสร้างความมั่นใจ					
1. ท่านสามารถมั่นใจได้ว่าผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญและความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด					
2. ผู้ให้บริการมีการบริการด้วยวาจาสุภาพ อ่อนโยน และมีอัธยาศัยดี					
3. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกสามารถให้คำอธิบายและตอบข้อสงสัยได้ตรงประเด็น					
4. ขั้นตอนวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ในการให้บริการมีความคล่องตัว					
ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ					
1. ศูนย์บริการมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและทันสมัยเมื่อท่านเข้ามาใช้บริการ					
2. สถานที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ					

ระดับคุณภาพบริการเกี่ยวกับ อินเทอร์เน็ตบ้านประเภทไฟเบอร์ออฟติก	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
3. ศูนย์บริการมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีความสะอาด					
4. มีเอกสารแนะนำข้อมูลแก่ผู้มารับบริการ					
ด้านการดูแลเอาใจใส่					
1. ผู้ให้บริการทำให้ท่านรู้สึกได้ว่าท่านได้รับการเป็นพิเศษ					
2. ผู้ให้บริการรับฟังปัญหาหรือข้อซักถามของลูกค้าอย่างเต็มที่					
3. ผู้ให้บริการเข้าใจถึงความต้องการของท่าน					
4. ผู้ให้บริการเอาใจใส่และให้ความสนใจ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
ด้านการตอบสนอง					
1. ผู้ให้บริการสามารถบริการด้วยความรวดเร็ว ทันต่อความต้องการ					
2. ผู้ให้บริการมีความพร้อมในการแนะนำและให้ คำปรึกษาแก่ท่าน					
3. ระยะเวลาในการให้บริการของผู้ให้บริการแต่ละ ขั้นตอนมีความเหมาะสม					
4. ผู้ให้บริการแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพ สามารถแก้ไขจนสามารถใช้บริการได้ตามปกติ					

ส่วนที่ 4 : ความพึงพอใจในการใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตบ้านประเภท
ไฟเบอร์ออฟติก

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

ความพึงพอใจในการใช้บริการบริการ อินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก	ระดับความพึงพอใจ				
	พึงพอใจ มากที่สุด (5)	พึงพอใจ มาก (4)	พึงพอใจ ปาน กลาง (3)	พึงพอใจ น้อย (2)	พึงพอใจ น้อย ที่สุด (1)
1. คุณภาพของอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีความเร็วที่สม่ำเสมอตามที่คาดหวัง					
2. ความสะดวกสบายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติก					
3. ราคาอินเทอร์เน็ตประเภทไฟเบอร์ออฟติกมีความเหมาะสม					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นางสาวทิวพรรณ ดีขุนทด
วัน เดือน ปี เกิด 1 มิถุนายน 2535
สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา พ.ศ. 2557 วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)
จาก สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2562 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน 91/1294 ซอยนวลจันทร์ 56 เขตปทุมธานี แขวงนวลจันทร์ กรุงเทพมหานคร
10230

