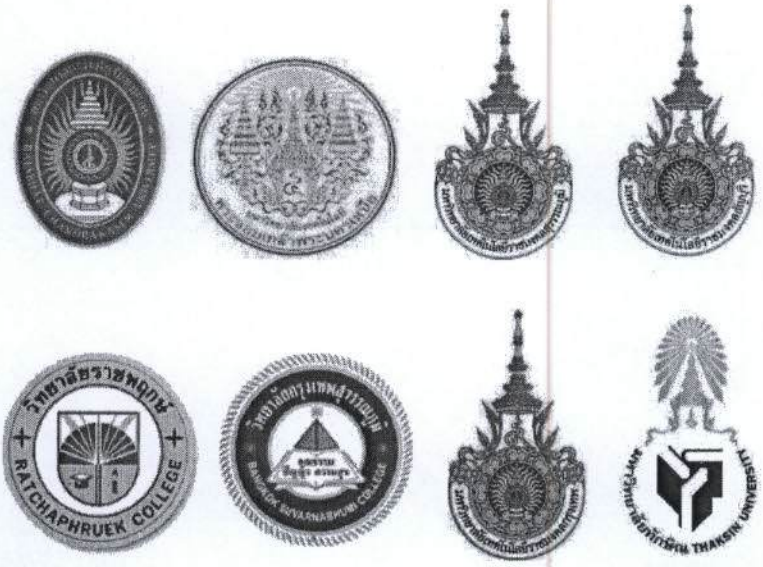
The 3rd National Conference an Applied Computer Technology and Information Systems

September 9, 2011

Rajabhat chandrakasem University,
Bangkok,Thailand

ISSN 1906-9006



มหาวิทยาลัยเครือข่ายวิชาการทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศประยุกต์

Applied Computer Technology and Information Systems

Academic Network University - ACTISNU

1.คณะวิทยาศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

2.คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

3.สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

4.คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

5.คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยราชพฤกษ์

6.คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

7.สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

8.คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

รศ.ดร.สมชาย	ปราการเจริญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผศ.ดร.พัลลภ	พิริยะสุรวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รศ.ธวัชชัย	งามสันติวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ดร.ศิริชัย	รุจิพัฒน์พงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผศ.ดร.สุวรินทร์	ปัทมวรคุณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
รศ.วสันต์	กั่นอ่า	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผศ.ดร.สาโรช	พูลเทพ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ดร.อรจิรา	สิทธิศักดิ์	มหาวิทยาลัยทักษิณ
ดร.จามรกุล	เหล่าเกียรติกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์บทความ

รศ.ดร.สมชาย	ปราการเจริญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผศ.ดร.พัลลภ	พิริยะสุรวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รศ.ธวัชชัย	งามสันติวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ดร.จามรกุล	เหล่าเกียรติกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

สารบัญ

เปรียบเทียบความคาดหวังและคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ต : กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตของบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสระบุรี

Comparison of the Expectations and the Quality of Internet Service: A Case Study of the Users of TOT Internet service in Saraburi Province

กนกพร สุทธิ[1] กฤติยา ร่างสม[2]

[1]สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ถ.รังสิต-นครนายก ต.คลองหก อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12110 โทรศัพท์ : 0-2549-4828
E-mail: b_benze@windowslive.com

[2]สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ถ.รังสิต-นครนายก ต.คลองหก อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12110 โทรศัพท์ : 0-2549-4828
E-mail: gritiya@hotmail.com

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง "เปรียบเทียบความคาดหวังและคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ต: กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตของบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสระบุรี" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ต และ เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตของบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสระบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 407 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบ Independent Samples t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One - Wey Analysis of Variance ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 20 ปี แต่ไม่ถึง 40 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อาชีพพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่จะได้รับและคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้บริการได้รับจริงด้านการสัมผัสได้ทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองการให้ความมั่นใจ และความดูแลเอาใจใส่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยความคาดหวังคุณภาพบริการที่ได้รับมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าคุณภาพบริการที่ได้รับจริง

คำสำคัญ: ความคาดหวัง, คุณภาพบริการ, อินเทอร์เน็ต

Abstract

The study aims to compare the consumer's expectations for internet service with the quality of internet service provided by the TOT public company limited in Saraburi province. The objectives of the study are: to study the demographic factors that affect the consumer's expectations for internet service; to study the demographic factors that affect the quality of internet service; and to compare the consumer's expectations of internet service with

the quality of internet service. The sample used in this study was 407. The data were collected by using questionnaire. The statistical tools for analyzing data were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA and Least Significant Difference (LSD). The findings were as follows: most consumers using internet service were female, aged between 20 and 40 years old, educational level were upper secondary or professional certificate, vocational private professional staff, average monthly income less than 10,000 baht. The difference between consumer's expectations for internet service and the service quality that consumers actually receive with respect to the physical touch, trust, response, confidence and caring were statistically different at the 0.01 level. The expectation of quality received was higher than the actual quality of service.

Keywords: expectations, Service Quality, Internet

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันมีบริษัทใหญ่มากมายที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต เช่น ทีโอที จำกัด (มหาชน) ทรู ทรีบรอดแบนด์ ฯ เกิดการแข่งขันกันสูงในด้าน ความเร็ว โปรโมชั่น และบริการเสริมอื่นๆ บริษัททีโอที จำกัด(มหาชน) มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เช่น "TOT hi-speed รับ 6Mb จ่ายเพียง 590 บาท สมัครวันนี้ลุ้นรับ Samsung Netbook NB30 60 เครื่อง 60 วัน" มีการให้บริการแจ้งโทรศัพท์/อินเทอร์เน็ตขัดข้องแบบออนไลน์ เป็นต้น บริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) สาขาสระบุรี เริ่มมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตประมาณปี 2547-2548 และได้เพิ่มการให้บริการอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการสำรวจหรือประเมินเปรียบเทียบความคาดหวังและคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตจากผู้ใช้บริการ ด้านบริการว่าตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการหรือไม่ ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของ "เปรียบเทียบความคาดหวังและคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ต : กรณีศึกษาผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตของบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน)ในจังหวัดสระบุรี" เพื่อที่จะได้ทราบถึงความคาดหวังของผู้ใช้บริการว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังอย่างไร และคุณภาพบริการที่ได้รับจริงตรงกับความคาดหวังนั้นหรือไม่ โดยผลที่ได้จากการวิจัยจะนำมาเสนอบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสระบุรี เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพบริการให้ตรงความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ต
3. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตของบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสระบุรี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัททีโอทีจำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 13,000 คน กลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเน่ [7] กำหนดความเชื่อมั่น 95% ให้ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 388 ตัวอย่าง เผื่อแบบสอบถามชำรุด 5 % จำนวน19 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 407 กลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดสัดส่วนของจำนวนสมาชิก จะแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างเป็น 7 กลุ่มตามศูนย์บริการทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสระบุรี

2.เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ Parasuraman, Zeithaml and Berry [6] ได้พัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการ เรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) จาก 10 ด้าน เหลือเพียง 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) คือ การบริการที่นำเสนอในลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และสามารถสัมผัสได้

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการ นั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ

3. การตอบสนอง (Responsiveness) คือผู้ให้บริการมีความพร้อม และเต็มใจที่จะให้บริการ

4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ

5. การเอาใจใส่ (Empathy) คือ ความสามารถในการดูแล ความเอื้ออาทร เอาใจใส่ผู้รับบริการ

2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร[5] ได้กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่

1. อายุ เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการสื่อสาร ความพอใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร การจูงใจหรือการโน้มน้าวของคน

2. เพศ ลักษณะบางอย่างของเพศชายและหญิงที่แตกต่างกันส่งผลให้ การสื่อสารของชายและหญิงแตกต่างกันและไม่แตกต่างกัน ชายและหญิงก่อปฏิกิริยาต่อข่าวสารจูงใจแตกต่างกันและสรุปได้ว่าโดยทั่วไปการจูงใจสตรีทำได้ง่ายกว่าจูงใจสุภาพบุรุษ

3. การศึกษา เป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่มีประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับสาร

4. ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยดูจากรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ ภูมิหลังของครอบครัว

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. จัดทำแบบสอบถาม โดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดย แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2: การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตใช้มาตรวัดแบบการประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของ ลิเคริท (Likert's Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้ตามความคิดเห็น

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะ

2. นำแบบสอบถามที่จัดทำปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำและข้อเสนอแนะ

3.นำแบบสอบถามที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่น

3.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล เช่น ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard derivation) ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้วิธีทดสอบค่าIndependent Samples t-test [1] เปรียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) [1]-ทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของ Least Significant Difference (LSD) [1] เปรียบเทียบผลแบบ Pair Sample t-test เป็นการทดสอบค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่ม หาค่าความน่าเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตร สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

4. ผลการวิจัย

จากข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามจำนวน 407 ชุด เมื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ ได้ ผลลัพธ์การวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานเพศกับความคาดหวังและคุณภาพการบริการ

		ความคาดหวัง	คุณภาพการบริการ
การสัมผัสได้ทางการภาพ	t	-1.01	-0.444
	sig	0.313	0.657
ความน่าเชื่อถือ	t	0.055	0.151
	sig	0.956	0.88
การตอบสนอง	t	-0.078	-0.558
	sig	0.938	0.577
การให้ความมั่นใจ	t	-0.179	-0.869
	sig	0.858	0.385
ความดูแลเอาใจใส่	t	0.232	-0.964
	sig	0.816	0.335

*นัยสำคัญ 0.05

จากตารางพบว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อความคาดหวังไม่แตกต่างกัน และ เพศที่ต่างกันได้รับคุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 แสดงการทดสอบสมมุติฐาน ความคาดหวังในคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตที่ได้รับ

		อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
การสัมผัสได้ทางการภาพ	F	1.168	1.73	3.581	2.556
	sig	0.322	0.143	**0.014***	0.055
ความน่าเชื่อถือ	F	0.75	1.982	1.283	3.488
	sig	0.523	0.097	0.28	**0.016***
การตอบสนอง	F	0.497	0.902	1.809	1.466
	sig	0.685	0.462	0.145	0.223
การให้ความมั่นใจ	F	0.63	0.622	1.367	2.926
	sig	0.596	0.647	0.253	**0.034***
ความดูแลเอาใจใส่	F	0.19	0.523	1.075	2.103
	sig	0.903	0.719	0.36	0.099

* นัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกันในด้าน การสัมผัสได้ทางกายภาพ รายได้ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังที่แตกต่างกันในด้านความน่าเชื่อถือ และการให้ความมั่นใจ

ตารางที่ 3 แสดงการทดสอบสมมุติฐานต่อคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตที่จะได้รับ

		อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
การสัมผัสได้ทางการภาพ	F	1.213	1.215	3.088	2.5
	sig	0.305	0.304	**0.027***	0.059
ความน่าเชื่อถือ	F	0.509	1.309	4.994	0.472
	sig	0.676	0.266	**0.002***	0.702
การตอบสนอง	F	1.166	0.584	4.407	0.173
	sig	0.323	0.675	**0.005***	0.915
การให้ความมั่นใจ	F	0.734	0.79	4.195	0.524
	sig	0.532	0.532	**0.006***	0.666
ความดูแลเอาใจใส่	F	0.598	0.25	3.393	0.375
	sig	0.616	0.91	**0.018***	0.771

* นัยสำคัญ 0.05

จากตารางพบว่า อาชีพที่แตกต่างได้รับคุณภาพบริการที่แตกต่างกันในทุกด้าน

ตารางที่ 4 แสดงการทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบความคาดหวังกับคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตที่จะได้รับ

คุณภาพบริการอินเทอร์เน็ต	t	Sig.
การสัมผัสได้ทางกายภาพ	15.516	**0.000***
ความน่าเชื่อถือ	15.904	**0.000***
การตอบสนอง	17.391	**0.000***
การให้ความมั่นใจ	13.529	**0.000***
ความดูแลเอาใจใส่	15.718	**0.000***

* นัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางพบว่า ความคาดหวังและคุณภาพบริการแตกต่างกันในทุกด้าน

5. สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 407 ราย ผลที่ได้จากการวิจัยพบว่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของและ

คุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตที่ได้รับจริง ด้านการสัมผัสได้ทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และความดูแลเอาใจใส่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการที่ได้รับมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าคุณภาพบริการที่ได้รับจริงทุกค่า

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยสอดคล้องกับผลวิจัยของภาวิดา ดำรงค์อติภา [3] พบว่าผู้ใช้บริการร้านทรูเคาน์เตอร์เซอร์วิสในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังคุณภาพบริการที่ได้รับมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าคุณภาพบริการที่ได้รับจริง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนที่ไม่สอดคล้องคือพบว่าความคาดหวังของกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการที่ร้านทรูเคาน์เตอร์เซอร์วิส มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก

ผลการวิจัยสอดคล้องกับผลวิจัยของไพรัช เรืองศิริเดช [4] ศูนย์บริการลูกค้าฮัทช์มีคุณภาพด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจได้ และ ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ น้อยกว่าที่คาดหวัง ส่วนที่ไม่สอดคล้องคือเป็นการวัดความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่

ผลการวิจัยสอดคล้องกับผลวิจัยของประพันธ์ นิยะถิรกุล [2] พบว่าระดับความคาดหวังในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อยู่ในระดับสูง ส่วนที่ไม่สอดคล้องคือระดับความคาดหวังในการนำบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มาใช้ประกอบการทำงานหรือการศึกษาของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับสูง

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากงานวิจัย พบว่าคุณภาพบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าความคาดหวังในบริการอินเทอร์เน็ตในทุกด้าน ได้แก่ การสัมผัสได้ทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ ความดูแลและเอาใจใส่ และในบางรายการบริษัทสามารถที่จะพัฒนาคุณภาพบริการได้ เช่นระบบสัญญาณอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงควรมีเสถียรภาพตลอดระยะเวลาการใช้งานในแต่ละครั้ง บริษัทควรจัดทำตารางการบำรุงรักษาระบบสายสัญญาณที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับปริมาณการใช้งาน หรือ การส่งพนักงานช่างเทคนิคเข้าไปตรวจซ่อมดูแลและแก้ไขเหตุเสียตามบ้านควรรีบปฏิบัติด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทควรมีการพัฒนาและปรุงคุณภาพบริการอินเทอร์เน็ตและเพิ่มประสิทธิภาพให้สอดคล้องตรงความต้องการที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้

เอกสารอ้างอิง

[1] กัลยา วานิชย์บัญชา (2550) การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

[2] ประพันธ์ นิยะถิรกุล (2544) " ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล" การศึกษาวิชา บท.750งานวิจัยเฉพาะกรณี วิทยาลัยนวัตกรรมอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

[3] ภาวิดา ดำรงค์อติภา (2549) "ศึกษาความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณค่าการบริการร้านทรูเคาน์เตอร์เวอร์วิส ของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร" สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด).กรุงเทพฯ

[4] ไพรัช เรืองศิริเดช (2551) **"คุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของศูนย์บริการ ลูกค้าฮัทช์ (The Hutch Shop) ในกรุงเทพมหานคร"** สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

[5] พรทิพย์ วรกิจโภคาทร. (2531). **การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

[6] Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990), **"Delivering Quality Service; Balancing Customer Perceptions and Expectations,"** Free Press.

[7] Yamane, Taro (1973). **"Statistics: an introductory analysis."** New York: Harper & Row.