

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. คำถามการวิจัย

1.1 ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มากน้อยเพียงใด

1.2 ความแตกต่างในลักษณะทั่วไปทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการจากศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร หรือไม่ อย่างไร

##### 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2 เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการบริการ

##### 3. สมมุติฐานของการวิจัย

ลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

##### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

###### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่อยู่ในเขตพื้นที่ให้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้มาจากลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้ตัวอย่างตามความสะดวก (convenience sampling)

#### 4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) จำนวน 400 ชุด ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด และปลายเปิด ประกอบด้วยคำถามที่มีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ และคำถามแบบให้เติมคำ แบบสอบถามสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (close-ended question) แบบที่มีให้เลือก 2 คำตอบ (dichotomous choices) และแบบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ (multiple choices) จำนวน 6 คำถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด (close-ended question) แบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (check list) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale method) 5 ระดับ มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (interval scale) จำนวน 28 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (open-ended question) เกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

#### 4.3 การจัดเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ได้จัดเก็บรวบรวมข้อมูลโดย

4.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary Data) จัดเก็บโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และให้พนักงานสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ซึ่งหน้า

4.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary Data) รวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาค้นคว้า เอกสาร วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

#### 4.4 การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ มาประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.4.1 การตรวจสอบข้อมูล (editing) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

4.4.2 การลงรหัส (coding) โดยนำแบบสอบถามที่ตรวจความถูกต้องแล้วมาลงรหัส

4.4.3 การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน ซึ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

#### 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

##### 4.5.1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics)

4.5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยหาค่าสถิติพื้นฐาน โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ในส่วนที่ 1

4.5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ในส่วนที่ 2

##### 4.5.2 วิเคราะห์โดยใช้สถิติอนุมาน (inferential statistics) ทดสอบสมมติฐาน

4.5.2.1 การทดสอบสมมติฐานที่กำหนดว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ F-test ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

4.5.2.2 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อผู้ให้บริการ และรูปแบบบริการ โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's Least Significant Difference (LSD)

#### 5. ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.2 มีอายุอยู่ระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.8 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 89.2 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.5 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 43.7 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.0

ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการบริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการบริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.51$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านสถานที่บริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79$ ) รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.75$ ) มีความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.73$ ) มีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการให้บริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ ) มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.34$ ) มีความพึงพอใจด้านบริการอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.31$ ) และมีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.17$ ) ตามลำดับ

โดยสามารถอธิบายความพึงพอใจในแต่ละด้านเรียงตามลำดับ ดังนี้ คือ

5.1 ด้านสถานที่บริการ มีความพึงพอใจมากต่อความสะอาดของศูนย์บริการฯ ความปลอดภัยของศูนย์บริการฯ สถานที่ตั้งของศูนย์บริการฯ ความสะดวกในการมาใช้บริการ ( $\bar{X} = 4.01, 3.99, 3.98$  และ  $3.92$  ตามลำดับ) และมีความพึงพอใจปานกลางต่อจำนวนของศูนย์บริการฯ

5.2 ด้านกระบวนการให้บริการ มีความพึงพอใจมากต่อขั้นตอนการให้บริการ และเวลาเปิด-ปิด บริการ ( $\bar{X} = 4.00$  และ  $3.59$  ตามลำดับ)

5.3 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจมากต่อกิริยา มารยาทของพนักงาน การให้ความเสมอภาคของพนักงาน การแต่งกายของพนักงาน และการให้คำแนะนำของพนักงาน ( $\bar{X} = 3.83, 3.82, 3.66$  และ  $3.66$  ตามลำดับ)

5.4 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการให้บริการ มีความพึงพอใจมากต่อการตกแต่งสถานที่ การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ห้องน้ำและสุขา ( $\bar{X} = 3.90, 3.79$  และ  $3.53$ ) ตามลำดับ) และมีความพึงพอใจปานกลางต่อที่จอดรถยนต์

5.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจมากต่อการให้ส่วนลดค่าบริการแก่สมาชิกที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ( $\bar{X} = 3.48$ ) และมีความพึงพอใจปานกลางต่อการให้ส่วนลดค่าบริการแก่สมาชิกที่เป็นบุคคลทั่วไป

5.6 ด้านบริการ มีความพึงพอใจมากต่อเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์มัลติมีเดีย เกมเพิ่มทักษะ เกมออนไลน์ และเกมออนไลน์ งานเอกสารหรืองานสำนักงาน การเรียนรู้ในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{X} = 4.06, 3.61, 3.54$  และ  $3.54$  ตามลำดับ) และมีความพึงพอใจปานกลางต่อการบริการห้องประชุมทางไกลผ่านจอภาพ การให้เช่าพื้นที่จัดกิจกรรมต่าง ๆ และ อาหารและเครื่องดื่ม

5.7 ด้านราคาค่าบริการ มีความพึงพอใจมากต่อราคาค่าบริการสำหรับบุคคลทั่วไปที่เป็นสมาชิก ราคาค่าบริการสำหรับนักเรียน/นักศึกษาที่เป็นสมาชิก ( $\bar{X} = 3.53$  และ  $3.49$  ตามลำดับ) และมีความพึงพอใจปานกลางต่อราคาค่าบริการสำหรับลูกค้าทั่วไป ราคาค่าอาหาร และเครื่องดื่ม

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านอาชีพของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จะมีความพึงพอใจมากกว่าอาชีพอื่น ( $\bar{X} = 3.65$ ) รองลงมาได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา ( $\bar{X} = 3.57$ ) พนักงานบริษัท ( $\bar{X} = 3.55$ ) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ( $\bar{X} = 3.40$ ) และไม่ได้ประกอบอาชีพ/แม่บ้าน ( $\bar{X} = 3.15$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบดังนี้

ด้านบริการ พบว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.45$ ) รองลงมาได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา ( $\bar{X} = 3.44$ ) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.43$ ) ไม่ได้ประกอบอาชีพ/แม่บ้าน ( $\bar{X} = 3.43$ ) และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ( $\bar{X} = 2.92$ ) ตามลำดับ

ด้านราคาค่าบริการ พบว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.50$ ) รองลงมาได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา ( $\bar{X} = 3.25$ ) พนักงานบริษัท ( $\bar{X} = 3.20$ ) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ( $\bar{X} = 3.09$ ) และไม่ได้ประกอบอาชีพ/แม่บ้าน ( $\bar{X} = 2.00$ ) ตามลำดับ

ด้านสถานที่บริการ พบว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.94$ ) รองลงมาได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา ( $\bar{X} = 3.81$ ) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ( $\bar{X} = 3.70$ ) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.40$ ) และไม่ได้ประกอบอาชีพ/แม่บ้าน ( $\bar{X} = 3.40$ ) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.57$ ) รองลงมาได้แก่ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.50$ ) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ( $\bar{X} = 3.34$ ) นักเรียน/นักศึกษา ( $\bar{X} = 3.28$ ) และไม่ได้ประกอบอาชีพ/แม่บ้าน ( $\bar{X} = 2.00$ ) ตามลำดับ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.90$ ) รองลงมาได้แก่ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.75$ ) ไม่ได้ประกอบอาชีพ/แม่บ้าน ( $\bar{X} = 3.75$ ) พนักงานบริษัท ( $\bar{X} = 3.69$ ) และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ( $\bar{X} = 3.51$ ) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.00$ ) รองลงมาได้แก่ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.86$ ) ไม่ได้ประกอบ

อาชีพ/แม่บ้าน ( $\bar{X} = 3.66$ ) พนักงานบริษัท ( $\bar{X} = 3.65$ ) และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ( $\bar{X} = 3.50$ ) ตามลำดับ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการให้บริการ พบว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และไม่ได้ประกอบอาชีพ/แม่บ้าน มีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.00$ ) รองลงมาได้แก่ พนักงานบริษัท ( $\bar{X} = 3.61$ ) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ( $\bar{X} = 3.60$ ) และนักเรียน/นักศึกษา ( $\bar{X} = 3.42$ ) ตามลำดับ

ด้านความพึงพอใจโดยรวม พบว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.65$ ) รองลงมาได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา ( $\bar{X} = 3.57$ ) พนักงานบริษัท ( $\bar{X} = 3.55$ ) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ( $\bar{X} = 3.40$ ) และไม่ได้ประกอบอาชีพ/แม่บ้าน ( $\bar{X} = 3.15$ ) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่าเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ คือ ลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลการทดสอบในแต่ละด้าน พบว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจด้านบริการด้านราคาค่าบริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## อภิปรายผล

จากการศึกษา “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีประเด็นที่น่าสนใจสามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับอาชีพเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจด้านสถานที่บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ และด้านราคาค่าบริการ

2. จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากกว่าอาชีพอื่น การที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวม

มากกว่าอาชีพอื่น อาจเนื่องมาจากบุคคลในกลุ่มนี้มีการใช้อินเทอร์เน็ตจากสถานที่ทำงานอยู่แล้ว แต่เป็นระดับความเร็วที่ใช้ในหน่วยงานเท่านั้น ไม่ใช่ระดับความเร็วสูง ดังนั้นการได้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อตอบสนองความต้องการจึงทำให้เกิดความรู้สึกพอใจ ถือเป็น การตอบสนองความต้องการที่สอดคล้องและมีค่ามากกว่าการคาดหวัง จึงทำให้มีความพึงพอใจมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังที่อธิบายว่า ความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการคาดหวังในตัวผลิตภัณฑ์ของลูกค้ากับการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง

3. จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่าอาชีพต่างกันความพึงพอใจในการบริการด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน แสดงว่าผลกระทบที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจมากน้อยต่างกัน สอดคล้องกับทฤษฎีการเร้าและตอบสนอง (S-R theory) ที่อธิบายว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคลมีบทบาทต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ

4. ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของอุทัยพรรณ สุดใจ (2544) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี และผลการศึกษาของกอบขวัญ ไสยวิริยะ (2545) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และจากคำถามปลายเปิดที่เกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ที่ผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามจากลูกค้าที่ใช้บริการ ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะที่อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้นำไปแก้ไขหรือปรับปรุงการบริการ และเสริมสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในด้านต่าง ๆ ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะจากคำถามปลายปิด

1.1 ควรให้ความสำคัญต่อการบริการแก่ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 20 – 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต่อเดือน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและมาใช้บริการตลอดไป

1.2 ด้านบริการ ควรปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพในที่ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

1.3 ด้านราคาค่าบริการ ควรปรับปรุงให้มีราคาต่ำกว่าในปัจจุบัน เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น และสามารถแข่งขันกับผู้ให้บริการรายอื่นได้

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรประชาสัมพันธ์จุดเด่นของศูนย์บริการ ในเรื่องของการปลอดภัย ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ และความทันสมัยของศูนย์บริการ

## 2. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

2.1 ควรปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ให้มีประสิทธิภาพ และสามารถรองรับการใช้งานภาษาไทย

2.2 ควรติดตั้ง Wi Fi สำหรับผู้ใช้ Notebook แทนการใช้สาย LAN จะทำให้ใช้งานได้สะดวกขึ้น และควรเพิ่มพื้นที่การใช้ Notebook เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า

2.3 ควรปรับปรุงราคาค่าใช้บริการ ค่าอาหารและเครื่องดื่มให้ลูกค้ายอมรับได้ และควรมีอาหารและเครื่องดื่ม ให้บริการหลากหลายมากกว่านี้

2.4 ควรเพิ่มศูนย์บริการ และขยายพื้นที่ให้บริการให้เพียงพอต่อผู้ใช้บริการ

2.5 ควรจัดให้มีที่นั่งคอยสำหรับผู้ปกครอง หรือผู้ติดตามให้มากขึ้น

2.6 ควรมีโปรโมชันใหม่ ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ มาให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกได้บ่อยครั้ง

2.7 ควรจัดอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องคอมพิวเตอร์และ โปรแกรมในการใช้งานต่าง ๆ ให้มากขึ้น รวมทั้งสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ (service mine) แก่พนักงาน

2.8 ควรขยายเวลาปิดบริการออกไปอีก เพื่อให้สามารถให้บริการได้นานกว่าเดิม โดยบางแห่งอาจขยายเวลาปิดบริการถึง เวลา 24.00 น.

2.9 ควรปรับปรุงในส่วนของเครื่องปรับอากาศให้มีความเย็นสบาย เมื่อเข้ามาใช้บริการ

2.10 ควรติดป้ายเตือนผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะเด็ก ๆ ในลักษณะข้อความว่า “โปรดเงียบ” หรือ “Please be Quiet!”

2.11 ควรมีถึงขयरองรับแขกกระชาย เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า

2.12 ควรปรับปรุงในส่วนของสถานที่จอดรถยนต์ ซึ่งในบางแห่งลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร

## 3. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 การทำวิจัยไม่จำเป็นต้องออกแบบสอบถามทุกครั้ง บางโครงการไม่ได้ออกแบบสอบถาม แต่ให้ข้อมูลที่แน่นอนกว่า บางโครงการออกแบบสอบถามไม่ได้ เช่น โครงการที่



ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับภาพพจน์และภาพลักษณ์ หรือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ต้องการการตัดสินใจด่วน ซึ่งอาจใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยไม่ต้องใช้แบบสอบถามก็ได้

3.2 ผู้วิจัยอาจทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์บุคคลเชิงลึก (depth interview) และสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (focus group)

3.2.1 การสัมภาษณ์บุคคลเชิงลึก เป็นวิธีที่ต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายมากขึ้น แต่จะให้ความกระจ่างได้มาก มีข้อควรระวัง คือ ต้องหลีกเลี่ยงการชี้นำผู้ถูกสัมภาษณ์ เพื่อป้องกันข้อมูลสรุปที่ไม่เที่ยงตรง

3.2.2 การสัมภาษณ์กลุ่มย่อย เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความยืดหยุ่นสูง สามารถสร้างความเข้าใจในส่วนที่กระบวนการอื่น ๆ ไม่สามารถทำได้ และมีแนวโน้มที่จะได้รับการยอมรับจากผู้บริหารระดับสูงมากกว่าการวิจัยเชิงปริมาณ แต่ควรระวังข้อขัดแย้งระหว่างการสัมภาษณ์ด้วย

#### 4. ข้อเสนอแนะหรือประเด็นที่ควรทำวิจัยครั้งต่อไป

4.1 ควรทำการวิจัยให้ครอบคลุมศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สาขาต่างจังหวัด ให้ได้ข้อมูลครอบคลุมความต้องการของลูกค้าส่วนใหญ่

4.2 ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ให้บริการรายอื่น เปรียบเทียบกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

4.3 ควรศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่นนอกเหนือจากปัจจัยด้านอาชีพ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร