

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาถึง พฤติกรรมของลูกค้าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการสอบถามลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ จำนวน 150 ราย และกลุ่มผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง จำนวน 150 ราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 300 ราย ผลการศึกษามีดังนี้คือ

4.1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

1) เพศ เมื่อพิจารณาเพศของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL จำนวน 300 ราย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 177 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.0 และเป็นเพศหญิง จำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.0 แสดงให้เห็นว่าเพศชายนิยมใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าเพศหญิง

สำหรับผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.7 และเป็นเพศหญิง จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.3

ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.3 และเป็นเพศหญิง จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.7

สรุปได้ว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศ (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 เพศของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความเร็ว

เพศ	ระดับความเร็วต่ำ		ระดับความเร็วสูง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	85	56.7	92	61.3	177	59.0
หญิง	65	43.3	58	38.7	123	41.0
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

2) อายุ เมื่อพิจารณาอายุของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL จำนวน 300 ราย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมามีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.7 ขณะที่อายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.7 ส่วนที่เหลือมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.0 และอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3

สำหรับผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มากที่สุด จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมามีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 ขณะที่อายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.7 ส่วนที่เหลือมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.3 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0

ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมามีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.7 ขณะที่อายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.7 ส่วนที่เหลือมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.3 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.7

สรุปได้ว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่อยู่ในวัยเรียนมีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานมีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 อายุของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความเร็ว

อายุ	ระดับความเร็วต่ำ		ระดับความเร็วสูง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	40	26.7	17	11.3	57	19.0
21-30 ปี	25	16.7	37	24.7	62	20.7
31-40 ปี	39	26.0	49	32.7	88	29.3
41-50 ปี	37	24.7	34	22.7	71	23.7
51 ปี ขึ้นไป	9	6.0	13	8.7	22	7.3
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

3) **ระดับการศึกษา** เมื่อพิจารณาระดับการศึกษาของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL จำนวน 300 ราย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมามีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.7 ขณะที่การศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีจำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 ที่เหลือมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 และระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลาย จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0

สำหรับผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมามีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.3 ขณะที่การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.0 ระดับ ที่เหลือมีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 และต่ำกว่ามัธยมปลาย จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3

ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมามีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.0 ขณะที่ระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.3 ที่เหลือมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7 และต่ำกว่ามัธยมปลาย จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7

สรุปได้ว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง ส่วนใหญ่กำลังศึกษาและมีความรู้ในระดับปริญญาตรี (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 ระดับการศึกษาของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ADSL ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความเร็ว

ระดับการศึกษา	ระดับความเร็วต่ำ		ระดับความเร็วสูง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	14	9.3	10	6.7	24	8.0
มัธยมปลาย/ปวช.	20	13.3	32	21.3	52	17.3
อนุปริญญา/ปวส.	38	25.3	33	22.0	71	23.7
ปริญญาตรี	54	36.0	59	39.3	113	37.7
สูงกว่าปริญญาตรี	24	16.0	16	10.7	40	13.3
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4) อาชีพ เมื่อพิจารณาอาชีพของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL จำนวน 300 ราย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด มีจำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.7 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 ขณะที่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.0 อาชีพข้าราชการ จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 ที่เหลือเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 และอาชีพอิสระอื่น ๆ เช่น รับจ้าง อยู่ระหว่างหางานทำ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3

สำหรับผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด มีจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมามีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 ขณะที่อาชีพข้าราชการ มีจำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.7 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.7 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7 ที่เหลือเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0 และอาชีพอื่น ๆ เช่น รับจ้าง อยู่ระหว่างหางานทำ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3

ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 ขณะที่นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.7 อาชีพข้าราชการ มีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3

ที่เหลือเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.7 และอาชีพอื่น ๆ เช่น รับจ้าง อยู่ระหว่างหางานทำ จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3

สรุปได้ว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่ เป็นนักเรียน/นักศึกษา ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย และเป็นนักธุรกิจ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 อาชีพของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ADSL ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความเร็ว

อาชีพ	ระดับความเร็วต่ำ		ระดับความเร็วสูง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ	28	18.7	14	9.3	42	14.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16	10.7	19	12.7	35	11.7
พนักงานบริษัทเอกชน	22	14.7	29	19.3	51	17.0
นักเรียน/นักศึกษา	40	26.7	20	13.3	60	20.0
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	12	8.0	13	8.7	25	8.3
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	30	20.0	47	31.3	77	25.7
อื่น ๆ	2	1.3	8	5.3	10	3.3
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อพิจารณารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL จำนวน 300 ราย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมามีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 ขณะที่รายได้สูงกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 ส่วนรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.3 ที่เหลือมีรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3 และมีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0

สำหรับผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มากที่สุดจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.0 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.7 ขณะที่รายได้ 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 26 ราย คิด

เป็นร้อยละ 17.3 ส่วนรายได้สูงกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.0 ที่เหลือมีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 และมีรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0

ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับรายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 40,001-50,000 บาท มากที่สุด จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.7 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.0 ขณะที่รายได้สูงกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 ส่วนรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3 ที่เหลือมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.7 และมีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0

สรุปได้ว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ยังไม่มีงานทำจึงมีรายได้น้อย ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานและมีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ซึ่งมีรายได้ที่สูงและยินดีที่จะจ่ายค่าบริการรายเดือนที่แพงกว่า (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ADSL ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความเร็ว

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระดับความเร็วต่ำ		ระดับความเร็วสูง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	33	22.0	22	14.7	55	18.3
10,001 - 20,000 บาท	26	17.3	23	15.3	49	16.3
20,001 - 30,000 บาท	31	20.7	27	18.0	58	19.3
30,001 - 40,000 บาท	21	14.0	21	14.0	42	14.0
40,001 - 50,000 บาท	15	10.0	31	20.7	46	15.3
สูงกว่า 50,000 บาท	24	16.0	26	17.3	50	16.7
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูงของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้คือ ปัจจัยด้านด้านการมีโปรโมชั่นในช่วงที่เลือกใช้บริการ ปัจจัยด้านค่าบริการรายเดือน ปัจจัยด้านภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ปัจจัยด้านความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล ปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย ปัจจัยด้านประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลาย ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL และปัจจัยด้านความสะดวกในการขอใช้บริการ

โดยในหัวข้อนี้เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบว่าปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมีผลหรือไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วยผลการศึกษาดังต่อไปนี้

4.2.1 ความคิดเห็นของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL

ความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสามารถแสดงผลเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย และทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ในระหว่างกลุ่มผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง ผลการศึกษามีดังนี้ (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

อันดับที่	ปัจจัย	มีผล	ไม่มีผล	รวม	χ^2 (Sig.)
1	ปัจจัยด้านการมีโปรโมชั่นในช่วงที่เลือกใช้บริการ				0.363
	ระดับความเร็วต่ำ	99 (66.0)	51 (34.0)	150 (100)	(0.547)
	ระดับความเร็วสูง	94 (62.7)	56 (37.3)	150 (100)	
	รวม	193 (64.3)	107 (35.7)	300 (100)	
2	ปัจจัยด้านค่าบริการรายเดือน				
	ระดับความเร็วต่ำ	111 (74.0)	39 (26.0)	150 (100)	(0.000)*
	ระดับความเร็วสูง	71 (47.3)	79 (52.7)	150 (100)	
	รวม	182 (60.7)	118 (39.3)	300 (100)	

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

อันดับที่	ปัจจัย	มีผล	ไม่มีผล	รวม	χ^2 (Sig.)
3	ปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย				0.055 (0.815)
	ระดับความเร็วต่ำ	85 (56.7)	65 (43.3)	150 (100)	
	ระดับความเร็วสูง	87 (58.0)	63 (42.0)	150 (100)	
	รวม	172 (57.3)	128 (42.7)	300 (100)	
4	ปัจจัยด้านภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)				0.216 (0.642)
	ระดับความเร็วต่ำ	82 (54.7)	68 (45.3)	150 (100)	
	ระดับความเร็วสูง	86 (57.3)	64 (42.7)	150 (100)	
	รวม	168 (56.0)	132 (44.0)	300 (100)	
5	ปัจจัยด้านความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล				24.902 (0.000)*
	ระดับความเร็วต่ำ	61 (40.7)	89 (59.3)	150 (100)	
	ระดับความเร็วสูง	104 (69.3)	46 (30.7)	150 (100)	
	รวม	165 (55.0)	135 (45.0)	300 (100)	
6	ปัจจัยด้านประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลาย				21.429 (0.000)*
	ระดับความเร็วต่ำ	60 (40.0)	90 (60.0)	150 (100)	
	ระดับความเร็วสูง	100 (66.7)	50 (33.3)	150 (100)	
	รวม	160 (53.3)	140 (46.7)	300 (100)	
7	ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL				0.214 (0.644)
	ระดับความเร็วต่ำ	77 (51.3)	73 (48.7)	150 (100)	
	ระดับความเร็วสูง	81 (54.0)	69 (46.0)	150 (100)	
	รวม	158 (52.7)	142 (47.3)	300 (100)	
8	ปัจจัยด้านความสะดวกในการขอใช้บริการ				0.013 (0.908)
	ระดับความเร็วต่ำ	76 (50.7)	74 (49.3)	150 (100)	
	ระดับความเร็วสูง	77 (51.3)	73 (48.7)	150 (100)	
	รวม	153 (51.0)	147 (49.0)	300 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ : ค่า χ^2 (0.05,1) = 3.84

อันดับที่ 1 ปัจจัยด้านการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการ ผู้ใช้บริการทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้มากเป็นอันดับ 1 โดยที่ผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 66.0 ของผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำทั้งหมด และผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 62.7 ของผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูงทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการในระหว่างกลุ่มผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง มีค่าเท่ากับ 0.363 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูงมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่เห็นว่า มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

อันดับ 2 ปัจจัยด้านค่าบริการรายเดือน ผู้ใช้บริการทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านค่าบริการรายเดือนมีผลต่อการเลือกใช้มากเป็นอันดับ 2 โดยที่ผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านค่าบริการรายเดือน มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 74.0 ของผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำทั้งหมด และผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านค่าบริการรายเดือน ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 52.7 ของผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูงทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านค่าบริการรายเดือนในระหว่างกลุ่มผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง มีค่าเท่ากับ 22.351 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูงมีความคิดเห็นแตกต่างกันกล่าวคือ ผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ เห็นว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการ แต่ผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูงเห็นว่าไม่มีผล ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

อันดับที่ 3 ปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย ผู้ใช้บริการทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านการบริการหลังการขายมีผลต่อการเลือกใช้มากเป็นอันดับ 3 โดยที่ผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 56.7 ของผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำทั้งหมด และผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 58.0 ของผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูงทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริการหลังการขายในระหว่างกลุ่มผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง มีค่าเท่ากับ 0.055 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูงมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

อันดับ 4 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ผู้ใช้บริการทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการเลือกใช้มากเป็นอันดับ 4 โดยที่ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 54.7 ของผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำทั้งหมด และผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 57.3 ของผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูงทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในระหว่างกลุ่มผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง มีค่าเท่ากับ 0.216 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูงมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

อันดับที่ 5 ปัจจัยด้านความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล ผู้ใช้บริการทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล มีผลต่อการเลือกใช้มากเป็นอันดับ 5 โดยที่ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 59.3 ของผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำทั้งหมด และผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 69.3 ของผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูงทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลในระหว่างกลุ่มผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง มีค่าเท่ากับ 24.902 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูงมีความคิดเห็นแตกต่างกันกล่าวคือ ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำเห็นว่าไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แต่ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูงเห็นว่า มีผล ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

อันดับ 6 ปัจจัยด้านประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลาย ผู้ใช้บริการทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลาย มีผลต่อการเลือกใช้มากเป็นอันดับ 6 โดยที่ผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลาย ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำทั้งหมด และผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลาย มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 66.7 ของผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูงทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายในระหว่างกลุ่มผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง มีค่าเท่ากับ 21.429 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูงมีความคิดเห็นแตกต่างกันกล่าวคือ ผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำเห็นว่า ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แต่ผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูงเห็นว่า มีผล ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

อันดับที่ 7 ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ผู้ใช้บริการทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL มีผลต่อการเลือกใช้มากเป็นอันดับ 7 โดยที่ผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 51.3 ของผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำทั้งหมด และผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 54.0 ของผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูงทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ในระหว่างกลุ่มผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง มีค่าเท่ากับ 0.214 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูงมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่เห็นว่า มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

อันดับ 8 ปัจจัยด้านความสะดวกในการขอใช้บริการ ผู้ใช้บริการทั้งหมด 300 ราย เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการขอใช้บริการ มีผลต่อการเลือกใช้มากเป็นอันดับ 8 โดยที่ผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการขอใช้บริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 50.7 ของผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำทั้งหมด และผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการขอใช้บริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 51.3 ของผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูงทั้งหมด

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกในการขอใช้บริการในระหว่างกลุ่มผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง มีค่าเท่ากับ 0.013 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูงมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

สรุปได้ว่า ผู้ให้บริการกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ราย ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านการมีโปรโมชั่นในช่วงที่เลือกใช้บริการ ปัจจัยด้านค่าบริการรายเดือน และปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ในระหว่างกลุ่มผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง มีความคิดเห็นแตกต่างกัน 3 ปัจจัย คือ

- 1) ปัจจัยด้านค่าบริการรายเดือน ผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการ แต่ผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีผล
- 2) ปัจจัยด้านความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล ผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แต่ผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่เห็นว่ามีผล
- 3) ปัจจัยด้านประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลาย ผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แต่ผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่เห็นว่ามีผล

ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ จำนวน 150 ราย ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านค่าบริการรายเดือน ปัจจัยด้านการมีโปรโมชั่นในช่วงที่เลือกใช้บริการ และปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย

สำหรับลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง จำนวน 150 ราย ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล ปัจจัยด้านประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลาย และปัจจัยด้านการมีโปรโมชั่นในช่วงที่เลือกใช้บริการ

4.2.2 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

หัวข้อนี้ให้ลูกค้ายกตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าปัจจัยทั้งหมด 8 ปัจจัย มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลหรือไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ระหว่างลูกค้ายกตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ โดยการใช้สถิติไคว์สแควร์ (χ^2) ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้คือ

1) ปัจจัยด้านการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการ

1.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ

1.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการของลูกค้ายกตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.285 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายกตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า การมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

1.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการของลูกค้ายกตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.923 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายกตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า การมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

1.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการของลูกค้ายกตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.112 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายกตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า การมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชั่นในช่วงที่เลือกใช้บริการ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ระดับความเร็วต่ำ	อายุ อาชีพ และรายได้	การมีโปรโมชั่นในช่วงที่เลือกใช้บริการ		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	23 (57.5)	17 (42.5)	40 (100)	3.285 (0.511)
	21 - 30 ปี	16 (64.0)	9 (36.0)	25 (100)	
	31 - 40 ปี	29 (74.4)	10 (25.6)	39 (100)	
	41 - 50 ปี	26 (70.3)	11 (29.7)	37 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	5 (55.6)	4 (44.4)	9 (100)	
	รวม	99 (66.0)	51 (34.0)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	21 (75.0)	7 (25.0)	28 (100)	4.923 (0.554)
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12 (75.0)	4 (25.0)	16 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	16 (72.7)	6 (27.3)	22 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	23 (57.5)	17 (42.5)	40 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6 (50.0)	6 (50.0)	12 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	20 (66.7)	10 (33.3)	30 (100)	
	อื่น ๆ	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100)	
	รวม	99 (66.0)	51 (34.0)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	18 (54.5)	15 (45.5)	33 (100)	6.112 (0.295)
	10,001 - 20,000 บาท	18 (69.2)	8 (30.8)	26 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	20 (64.5)	11 (35.5)	31 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	17 (81.0)	4 (19.0)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	8 (53.3)	7 (46.7)	15 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	18 (75.0)	6 (25.0)	24 (100)	
	รวม	99 (66.0)	51 (34.0)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า $\chi^2 (0.05,4) = 9.5$, $\chi^2 (0.05,6) = 12.6$ และ $\chi^2 (0.05,5) = 11.1$

1.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง

1.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการของลูกค้ากลุ่ม ตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.745 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่า การมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

1.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการของลูกค้ากลุ่ม ตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.482 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่า การมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

1.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการของลูกค้ากลุ่ม ตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.870 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่า การมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโปรโมชั่นในช่วงที่เลือกใช้บริการ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ระดับความเร็วสูง	อายุ อาชีพ และรายได้	การมีโปรโมชั่นในช่วงที่เลือกใช้บริการ		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	12 (70.6)	5 (29.4)	17 (100)	3.745 (0.442)
	21 - 30 ปี	23 (62.2)	14 (37.8)	37 (100)	
	31 - 40 ปี	34 (69.4)	15 (30.6)	49 (100)	
	41 - 50 ปี	17 (50.0)	17 (50.0)	34 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	8 (61.5)	5 (38.5)	13 (100)	
	รวม	94 (62.7)	56 (37.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	7 (50.0)	7 (50.0)	14 (100)	7.482 (0.279)
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13 (68.4)	6 (31.6)	19 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	23 (79.3)	6 (20.7)	29 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	14 (70.0)	6 (30.0)	20 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	8 (61.5)	5 (38.5)	13 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	25 (53.2)	22 (46.8)	47 (100)	
	อื่นๆ	4 (50.0)	4 (50.0)	8 (100)	
	รวม	94 (62.7)	56 (37.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	16 (72.7)	6 (27.3)	22 (100)	7.870 (0.164)
	10,001 - 20,000 บาท	17 (73.9)	6 (26.1)	23 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	15 (55.6)	12 (44.4)	27 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	14 (66.7)	7 (33.3)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	21 (67.7)	10 (32.3)	31 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	11 (42.3)	15 (57.7)	26 (100)	
	รวม	94 (62.7)	56 (37.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า χ^2 (0.05,4) = 9.5, χ^2 (0.05,6) = 12.6 และ χ^2 (0.05,5) = 11.1

2) ปัจจัยด้านค่าบริการรายเดือน

2.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ

2.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 14.502 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุน้อยไม่เกิน 50 ปี เห็นว่า ค่าบริการรายเดือน มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มอายุ 21-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.0 ของกลุ่มอายุ 21-30 ปี ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีอายุมาก คือตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป เห็นว่า ค่าบริการรายเดือนไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 66.7 ของผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป ทั้งหมด

2.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 16.294 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา เห็นว่า ค่าบริการรายเดือนมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.0 ของนักเรียน/นักศึกษา ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ เช่น อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่า ค่าบริการรายเดือนไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 53.3 ของผู้ที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ทั้งหมด

2.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 19.497 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 40,000 บาท เห็นว่า ค่าบริการรายเดือนมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.5 ของกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท เห็นว่า ค่าบริการรายเดือนไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.3 ของผู้ที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท ทั้งหมด (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนของลูกค้า
กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ระดับความเร็วต่ำ	อายุ อาชีพ และรายได้	ค่าบริการรายเดือน		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	34 (85.0)	6 (15.0)	40 (100)	14.502 (0.006)*
	21 - 30 ปี	22 (88.0)	3 (12.0)	25 (100)	
	31 - 40 ปี	28 (71.8)	11 (28.2)	39 (100)	
	41 - 50 ปี	24 (64.9)	13 (35.1)	37 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	3 (33.3)	6 (66.7)	9 (100)	
	รวม	111 (74.0)	39 (26.0)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	23 (82.1)	5 (17.9)	28 (100)	16.294 (0.012)*
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13 (81.3)	3 (18.8)	16 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	17 (77.3)	5 (22.7)	22 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	34 (85.0)	6 (15.0)	40 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	9 (75.0)	3 (25.0)	12 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	14 (46.7)	16 (53.3)	30 (100)	
	อื่นๆ	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100)	
	รวม	111 (74.0)	39 (26.0)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	28 (84.8)	5 (15.2)	33 (100)	19.497 (0.002)*
	10,001 - 20,000 บาท	23 (88.5)	3 (11.5)	26 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	26 (83.9)	5 (16.1)	31 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	15 (71.4)	6 (28.6)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	7 (46.7)	8 (53.3)	15 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	12 (50.0)	12 (50.0)	24 (100)	
	รวม	111 (74.0)	39 (26.0)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า $\chi^2 (0.05,4) = 9.5$, $\chi^2 (0.05,6) = 12.6$ และ $\chi^2 (0.05,5) = 11.1$

2.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง

2.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 14.058 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุน้อยไม่เกิน 40 ปี เห็นว่าค่าบริการรายเดือนมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.6 ของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีอายุค่อนข้างมาก คือตั้งแต่ 41 ปี ขึ้นไป เห็นว่าค่าบริการรายเดือนไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อผู้ที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.2 ของผู้ที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป ทั้งหมด (ตารางที่ 4.10)

2.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 14.554 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา เห็นว่า ค่าบริการรายเดือนมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของนักเรียน/นักศึกษา ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและไม่ประจำ เช่น อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว พ่อบ้าน/แม่บ้าน พนักงานบริษัทเอกชน เห็นว่า ค่าบริการรายเดือนไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.4 ของพนักงานบริษัทเอกชนทั้งหมด

2.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 13.841 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้ไม่น้อยไม่เกิน 20,000 บาท เห็นว่า ค่าบริการรายเดือนมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.6 ของกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท เห็นว่า ค่าบริการรายเดือนไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.4 ของกลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ทั้งหมด (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนของลูกค้า
กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และ
รายได้

ระดับความเร็วสูง	อายุ อาชีพ และรายได้	ค่าบริการรายเดือน		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	12 (70.6)	5 (29.4)	17 (100)	14.058 (0.007)*
	21 - 30 ปี	24 (64.9)	13 (35.1)	37 (100)	
	31 - 40 ปี	16 (32.7)	33 (67.3)	49 (100)	
	41 - 50 ปี	15 (44.1)	19 (55.6)	34 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	4 (30.8)	9 (69.2)	13 (100)	
	รวม	71 (47.3)	79 (52.7)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	9 (64.3)	5 (35.7)	14 (100)	14.554 (0.024)*
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10 (52.6)	9 (47.4)	19 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	8 (27.6)	21 (72.4)	29 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	15 (75.0)	5 (25.0)	20 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	5 (38.5)	8 (61.5)	13 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	19 (40.4)	28 (59.6)	47 (100)	
	อื่นๆ	5 (62.5)	3 (37.5)	8 (100)	
	รวม	71 (47.3)	79 (52.7)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	15 (68.2)	7 (31.8)	22 (100)	13.841 (0.017)*
	10,001 - 20,000 บาท	16 (69.6)	7 (30.4)	23 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	8 (29.6)	19 (70.4)	27 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	10 (47.6)	11 (52.4)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	13 (41.9)	18 (58.1)	31 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	9 (34.6)	17 (65.4)	26 (100)	
	รวม	71 (47.3)	79 (52.7)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า $\chi^2 (0.05,4) = 9.5$, $\chi^2 (0.05,6) = 12.6$ และ $\chi^2 (0.05,5) = 11.1$

3) ปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย

3.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างในระดับความเร่งด่วน

3.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร่งด่วน ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.352 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่า การบริการหลังการขายมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

3.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร่งด่วน ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.248 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่า การบริการหลังการขายมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

3.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร่งด่วน ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.081 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่า การบริการหลังการขายมีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายของลูกค้าย่อยตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ระดับความเร็วต่ำ	อายุ อาชีพ และรายได้	การบริการหลังการขาย		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	21 (52.5)	19 (47.5)	40 (100)	5.352 (0.253)
	21 - 30 ปี	10 (40.0)	15 (60.0)	25 (100)	
	31 - 40 ปี	23 (59.0)	16 (41.0)	39 (100)	
	41 - 50 ปี	25 (67.6)	12 (32.4)	37 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	6 (66.7)	3 (33.3)	9 (100)	
	รวม	85 (56.7)	65 (43.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	15 (53.6)	13 (46.4)	28 (100)	2.248 (0.896)
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9 (56.3)	7 (43.8)	16 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	12 (54.5)	10 (45.0)	22 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	21 (52.5)	19 (47.5)	40 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	9 (75.0)	3 (25.0)	12 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	18 (60.0)	12 (40.0)	30 (100)	
	อื่นๆ	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100)	
	รวม	85 (56.7)	65 (43.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	19 (57.6)	14 (42.4)	33 (100)	6.081 (0.298)
	10,001 - 20,000 บาท	10 (38.5)	16 (61.5)	26 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	18 (58.1)	13 (41.9)	31 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	15 (71.4)	6 (28.6)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	10 (66.7)	5 (33.3)	15 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	13 (54.2)	11 (45.8)	24 (100)	
	รวม	85 (56.7)	65 (43.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า χ^2 (0.05,4) = 9.5, χ^2 (0.05,6) = 12.6 และ χ^2 (0.05,5) = 11.1

3.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างในระดับความเร็วสูง

3.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.139 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่า การบริการหลังการขายมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

3.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.509 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่า การบริการหลังการขายมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

3.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.762 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่เห็นว่า การบริการหลังการขายมีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ระดับความเร็วสูง	อายุ อาชีพ และรายได้	การบริการหลังการขาย		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	9 (52.9)	8 (47.1)	17 (100)	2.139 (0.710)
	21 - 30 ปี	24 (64.9)	13 (35.1)	37 (100)	
	31 - 40 ปี	25 (51.0)	24 (49.0)	49 (100)	
	41 - 50 ปี	21 (61.8)	13 (38.2)	34 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	8 (61.5)	5 (38.5)	13 (100)	
	รวม	87 (58.0)	63 (42.0)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	10 (71.4)	4 (28.6)	14 (100)	3.509 (0.743)
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8 (42.1)	11 (57.9)	19 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	18 (62.1)	11 (37.9)	29 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	12 (60.0)	8 (40.0)	20 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	8 (61.5)	5 (38.5)	13 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	26 (55.3)	21 (44.7)	47 (100)	
	อื่น ๆ	5 (62.5)	3 (37.5)	8 (100)	
	รวม	87 (58.0)	63 (42.0)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	13 (59.1)	9 (40.9)	22 (100)	1.762 (0.881)
	10,001 - 20,000 บาท	13 (56.5)	10 (43.5)	23 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	15 (55.6)	12 (44.4)	27 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	11 (52.4)	10 (47.6)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	21 (67.7)	10 (32.3)	31 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	14 (53.8)	12 (46.2)	26 (100)	
	รวม	87 (58.0)	63 (42.0)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า $\chi^2 (0.05,4) = 9.5$, $\chi^2 (0.05,6) = 12.6$ และ $\chi^2 (0.05,5) = 11.1$

4) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

4.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท

ทีโอที จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างในระดับความเร็วต่ำ

4.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ฯ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.836 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ฯ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่า ภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียง ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

4.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ฯ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.882 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ฯ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่า ภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

4.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ฯ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.620 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ฯ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่า ภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ตารางที่

4.13)

ตารางที่ 4.13 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ ในระดับความเร็วต่ำ จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ระดับความเร็วต่ำ	อายุ อาชีพ และรายได้	ภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือฯ		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	16 (40.0)	24 (60.0)	40 (100)	6.836 (0.145)
	21 - 30 ปี	14 (56.0)	11 (44.0)	25 (100)	
	31 - 40 ปี	25 (64.1)	14 (35.9)	39 (100)	
	41 - 50 ปี	20 (54.1)	17 (45.9)	37 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	7 (77.8)	2 (22.2)	9 (100)	
	รวม	82 (54.7)	68 (45.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	17 (60.4)	11 (39.3)	28 (100)	4.882 (0.559)
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10 (62.5)	6 (37.5)	16 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	13 (59.1)	9 (40.9)	22 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	16 (40.0)	24 (60.0)	40 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	7 (58.3)	5 (41.7)	12 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	18 (60.0)	12 (40.0)	30 (100)	
	อื่น ๆ	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100)	
	รวม	82 (54.7)	68 (45.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	12 (36.4)	21 (63.6)	33 (100)	8.620 (0.125)
	10,001 - 20,000 บาท	13 (50.0)	13 (50.0)	26 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	18 (48.1)	13 (41.9)	31 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	15 (71.4)	6 (28.6)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	8 (53.3)	7 (46.7)	15 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	16 (66.7)	8 (33.3)	24 (100)	
	รวม	82 (54.7)	68 (45.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า $\chi^2 (0.05,4) = 9.5$, $\chi^2 (0.05,6) = 12.6$ และ $\chi^2 (0.05,5) = 11.1$

4.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างในระดับความเร็วสูง

4.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์^๔ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.978 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์^๔ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุมากกว่า 30 ปี เห็นว่า ภาพลักษณ์^๔ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีอายุค่อนข้างมากคือ 41-50 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.6 ของผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีอายุน้อย คือต่ำกว่า 30 ปี เห็นว่า ภาพลักษณ์^๔ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีอายุ 21-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.5 ของผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี ทั้งหมด

4.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์^๔ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 12.779 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์^๔ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและไม่ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ค่าขาย/ธุรกิจส่วนตัว พ่อบ้าน/แม่บ้าน เห็นว่า ภาพลักษณ์^๔ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.2 ของอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวทั้งหมด แต่อาชีพอื่น ๆ เช่น รับจ้าง อยู่ระหว่างหา งานทำ นักเรียน/นักศึกษา เห็นว่า ภาพลักษณ์^๔ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.5 ของกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ทั้งหมด

4.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์^๔ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 14.425 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์^๔ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท เห็นว่า ภาพลักษณ์^๔ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.8 ของกลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท เห็นว่า ภาพลักษณ์^๔ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีรายได้ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.7 ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ทั้งหมด (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ ในระดับความเร็วสูง จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ระดับความเร็วสูง	อายุ อาชีพ และรายได้	ภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือฯ		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	7 (41.2)	10 (58.8)	40 (100)	9.978 (0.041)*
	21 - 30 ปี	15 (40.5)	22 (59.5)	25 (100)	
	31 - 40 ปี	31 (63.3)	18 (36.7)	39 (100)	
	41 - 50 ปี	24 (70.6)	10 (29.4)	37 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	9 (69.2)	4 (30.8)	9 (100)	
	รวม	86 (57.3)	64 (42.7)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	9 (64.3)	5 (35.7)	14 (100)	12.779 (0.047)*
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10 (52.6)	9 (47.4)	19 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	17 (58.6)	12 (41.4)	29 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	8 (40.0)	12 (60.0)	20 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	8 (61.5)	5 (38.5)	13 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	33 (70.2)	14 (29.8)	47 (100)	
	อื่น ๆ	1 (12.5)	7 (87.5)	8 (100)	
	รวม	86 (57.3)	64 (87.5)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	6 (27.3)	16 (72.7)	22 (100)	14.425 (0.013)*
	10,001 - 20,000 บาท	11 (47.8)	12 (52.2)	23 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	21 (77.8)	16 (22.2)	37 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	13 (61.9)	8 (38.1)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	20 (64.5)	11 (35.5)	31 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	15 (57.7)	11 (42.3)	26 (100)	
	รวม	86 (57.3)	64 (42.7)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า $\chi^2 (0.05,4) = 9.5$, $\chi^2 (0.05,6) = 12.6$ และ $\chi^2 (0.05,5) = 11.1$

5) ปัจจัยด้านความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล

5.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างในระดับความเร็วต่ำ

5.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 14.325 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุค่อนข้างมากคือตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป เห็นว่า ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.8 ของผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีอายุน้อยไม่เกิน 40 ปี เห็นว่า ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.9 ของผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี

5.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.541 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่า ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

5.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.079 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่า ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล
ของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ
และรายได้

ระดับความเร็วต่ำ	อายุ อาชีพ และรายได้	ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	19 (47.5)	21 (52.5)	40 (100)	14.325 (0.006)*
	21 - 30 ปี	7 (28.0)	18 (72.0)	25 (100)	
	31 - 40 ปี	9 (23.1)	30 (76.9)	39 (100)	
	41 - 50 ปี	19 (51.4)	18 (48.6)	37 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	7 (77.8)	2 (22.2)	9 (100)	
	รวม	61 (40.7)	89 (59.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	8 (28.6)	20 (71.4)	28 (100)	7.541 (0.274)
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	7 (43.8)	9 (56.3)	16 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	6 (27.3)	16 (72.7)	22 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	19 (47.5)	21 (52.5)	40 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	7 (58.3)	5 (41.7)	12 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	14 (46.7)	16 (53.3)	30 (100)	
	อื่นๆ		2 (100)	2 (100)	
	รวม	61 (40.7)	89 (59.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	13 (39.4)	20 (60.6)	33 (100)	4.079 (0.538)
	10,001 - 20,000 บาท	9 (34.6)	17 (65.4)	26 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	10 (32.3)	21 (67.7)	31 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	10 (47.6)	11 (52.4)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	9 (60.0)	6 (40.0)	15 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	10 (41.7)	14 (58.3)	24 (100)	
	รวม	61 (40.7)	89 (59.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า $\chi^2 (0.05,4) = 9.5$, $\chi^2 (0.05,6) = 12.6$ และ $\chi^2 (0.05,5) = 11.1$

5.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างใน ระดับความเร็วสูง

5.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 18.257 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความ คิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุน้อยไม่เกิน 50 ปี เห็นว่า ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีอายุ 41-50 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.4 ของผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีอายุมากตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป เห็นว่า ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 76.9 ของผู้ที่มี อายุตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป ทั้งหมด

5.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลของลูกค้ายกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.740 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความ คิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วน ใหญ่เห็นว่า ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

5.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลของลูกค้ายกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.557 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความ คิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วน ใหญ่เห็นว่า ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลมีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล
ของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ
และรายได้

ระดับความเร็วสูง	อายุ อาชีพ และรายได้	ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	12 (70.6)	5 (29.4)	17 (100)	18.257 (0.001)*
	21 - 30 ปี	23 (62.2)	14 (37.8)	37 (100)	
	31 - 40 ปี	38 (77.6)	11 (22.4)	49 (100)	
	41 - 50 ปี	28 (82.4)	6 (17.6)	34 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	3 (23.1)	10 (76.9)	13 (100)	
	รวม	104 (69.3)	46 (30.7)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	11 (78.6)	3 (21.4)	14 (100)	5.740 (0.453)
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15 (78.9)	4 (21.1)	19 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	21 (72.4)	8 (27.6)	29 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	14 (70.0)	6 (30.0)	20 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	8 (61.5)	5 (38.5)	13 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	32 (68.1)	15 (31.9)	47 (100)	
	อื่นๆ	3 (37.5)	5 (62.5)	8 (100)	
	รวม	104 (69.3)	46 (30.7)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	15 (68.2)	7 (31.8)	22 (100)	4.557 (0.472)
	10,001 - 20,000 บาท	15 (65.2)	8 (34.8)	23 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	19 (70.4)	8 (29.6)	37 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	18 (85.7)	3 (14.3)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	22 (71.0)	9 (29.0)	31 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	15 (57.7)	11 (42.3)	26 (100)	
	รวม	104 (69.3)	46 (30.7)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า $\chi^2 (0.05,4) = 9.5$, $\chi^2 (0.05,6) = 12.6$ และ $\chi^2 (0.05,5) = 11.1$

6) ปัจจัยด้านประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลาย

6.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลาย ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างในระดับความเร็วต่ำ

6.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.759 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่า ประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

6.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 12.312 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่าประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

6.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.230 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ระดับความเร็วต่ำ	อายุ อาชีพ และรายได้	ประโยชน์จากการใช้งานฯ		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	19 (47.5)	21 (52.5)	40 (100)	8.759 (0.067)
	21 - 30 ปี	6 (24.0)	19 (76.0)	25 (100)	
	31 - 40 ปี	11 (28.2)	28 (71.8)	39 (100)	
	41 - 50 ปี	19 (51.4)	18 (48.6)	37 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	5 (55.6)	4 (44.4)	9 (100)	
	รวม	60 (40.0)	90 (60.0)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	4 (14.3)	24 (85.7)	28 (100)	12.312 (0.055)
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6 (37.5)	10 (62.5)	16 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	11 (50.0)	11 (50.0)	22 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	20 (50.0)	20 (50.0)	40 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6 (50.0)	6 (50.0)	12 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	13 (43.3)	17 (56.7)	30 (100)	
	อื่น ๆ		2 (100)	2 (100)	
	รวม	61 (40.7)	89 (59.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	13 (39.4)	20 (60.6)	33 (100)	4.230 (0.517)
	10,001 - 20,000 บาท	8 (30.8)	18 (69.2)	26 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	13 (41.9)	18 (58.1)	31 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	6 (28.6)	15 (71.4)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	8 (53.3)	7 (46.7)	15 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	12 (50.0)	12 (50.0)	24 (100)	
	รวม	60 (40.0)	90 (60.0)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า $\chi^2 (0.05,4) = 9.5$, $\chi^2 (0.05,6) = 12.6$ และ $\chi^2 (0.05,5) = 11.1$

6.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลาย ของลูกค้ากลุ่ม ตัวอย่างในระดับความเร็วสูง

6.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายของลูกค้ากลุ่ม ตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.916 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่า ประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

6.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายของลูกค้ากลุ่ม ตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 17.270 ซึ่งมีความมากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและไม่ประจำ เช่น พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา พ่อบ้าน/แม่บ้าน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่า ประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลาย มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.0 ของกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีรายได้ประจำและไม่ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอื่นๆ เช่น รับจ้าง อยู่ระหว่างหางานทำ เห็นว่า ประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.5 ของกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ทั้งหมด

6.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายของลูกค้ากลุ่ม ตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 16.656 ซึ่งมากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายแตกต่างกัน กล่าวคือ ส่วนใหญ่ทุกกลุ่มรายได้ เห็นว่า ประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างมาก คือระหว่าง 40,001-50,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.3 ของกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท ทั้งหมด แต่กลุ่มที่มีรายได้น้อย คือระหว่าง 10,001-20,000 บาท เห็นว่าไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 52.2 ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,001-20,000 บาท ทั้งหมด (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ระดับความเร็วสูง	อายุ อาชีพ และรายได้	ประโยชน์จากการใช้งานฯ		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	14 (82.4)	3 (17.6)	17 (100)	2.916 (0.572)
	21 - 30 ปี	25 (67.6)	12 (32.4)	37 (100)	
	31 - 40 ปี	32 (65.3)	17 (34.7)	49 (100)	
	41 - 50 ปี	20 (58.8)	14 (41.2)	34 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	9 (69.2)	4 (30.8)	13 (100)	
	รวม	100 (66.7)	50 (33.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	6 (42.9)	8 (57.1)	14 (100)	17.270 (0.008)*
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9 (47.4)	10 (52.6)	19 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	19 (65.5)	10 (34.5)	29 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	17 (85.0)	3 (15.0)	20 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	8 (61.5)	5 (38.5)	13 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	38 (80.9)	9 (19.1)	47 (100)	
	อื่น ๆ	3 (37.5)	5 (62.5)	8 (100)	
	รวม	100 (66.7)	50 (33.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	18 (81.8)	4 (18.2)	22 (100)	16.656 (0.005)*
	10,001 - 20,000 บาท	11 (47.8)	12 (52.2)	23 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	16 (59.3)	11 (40.7)	37 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	11 (52.4)	10 (47.6)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	28 (90.3)	3 (9.7)	31 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	16 (61.5)	10 (38.5)	26 (100)	
	รวม	100 (66.7)	50 (33.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า $\chi^2 (0.05,4) = 9.5$, $\chi^2 (0.05,6) = 12.6$ และ $\chi^2 (0.05,5) = 11.1$

7) ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL

7.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างในระดับความเร็วต่ำ

7.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ ในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 15.084 ซึ่งมีค่ามากกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็น เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุเกิน 20 ปี เห็นว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีอายุมากตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.9 ของผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีอายุน้อย คือต่ำกว่า 20 ปี เห็นว่า ความรู้ ความเข้าใจ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 70.0 ของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ทั้งหมด

7.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ ในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 27.983 ซึ่งมีค่ามากกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็น เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ เช่น พ่อบ้าน/แม่บ้าน อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มพ่อบ้าน/แม่บ้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มพ่อบ้าน/แม่บ้าน ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำ เช่น พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา เห็นว่า ความรู้ความเข้าใจ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.5 ของกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ทั้งหมด

7.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ ในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 17.451 ซึ่งมีค่ามากกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็น เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้เกิน 20,000 บาท เห็นว่า ความรู้ ความเข้าใจ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท เห็นว่าความรู้ความเข้าใจ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีรายได้

10,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.2 ของกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ทั้งหมด (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ระดับความเร็วต่ำ	อายุ อาชีพ และรายได้	ความรู้ความเข้าใจ		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	12 (30.0)	28 (70.0)	40 (100)	15.084 (0.005)*
	21 - 30 ปี	13 (52.0)	12 (48.0)	25 (100)	
	31 - 40 ปี	20 (51.3)	19 (48.7)	39 (100)	
	41 - 50 ปี	24 (64.9)	13 (35.1)	37 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	8 (88.9)	1 (11.1)	9 (100)	
	รวม	77 (51.3)	90 (48.7)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	14 (50.0)	14 (50.0)	28 (100)	27.983 (0.000)*
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6 (37.5)	10 (62.5)	16 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	8 (36.4)	14 (63.6)	22 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	13 (32.5)	27 (67.5)	40 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	12 (100)	0	12 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	23 (76.7)	7 (23.3)	30 (100)	
	อื่น ๆ	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100)	
	รวม	77 (51.3)	73 (48.7)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	11 (33.3)	22 (66.7)	33 (100)	17.451 (0.004)*
	10,001 - 20,000 บาท	8 (30.8)	18 (69.2)	26 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	16 (51.6)	15 (48.4)	31 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	14 (66.7)	7 (33.3)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	10 (66.7)	5 (33.3)	15 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	18 (75.0)	6 (25.0)	24 (100)	
	รวม	77 (51.3)	73 (48.7)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า χ^2 (0.05,4) = 9.5, χ^2 (0.05,6) = 12.6 และ χ^2 (0.05,5) = 11.1

7.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างในระดับความเร็วสูง

7.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 10.429 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจฯ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุเกิน 20 ปี เห็นว่า ความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.6 ของผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีอายุน้อย คือ ต่ำกว่า 20 ปี เห็นว่า ความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 70.6 ของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ทั้งหมด

7.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 15.785 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจฯ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ เช่น พ่อบ้าน/แม่บ้าน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอื่น ๆ เช่น ลูกจ้าง อยู่ระหว่างหางานทำ เห็นว่า ความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.5 ของผู้ที่มีอาชีพอื่น ๆ ทั้งหมด แต่ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำ เช่น พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา เห็นว่า ความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยมีผลต่อกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ทั้งหมด

7.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.802 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจฯ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่า ความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL มีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างในระดับความเร็วสูง จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ระดับความเร็วสูง	อายุ อาชีพ และรายได้	ความรู้ความเข้าใจ		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	5 (29.4)	12 (70.6)	17 (100)	10.429 (0.034)*
	21 - 30 ปี	23 (62.2)	14 (37.8)	37 (100)	
	31 - 40 ปี	25 (51.0)	24 (49.0)	49 (100)	
	41 - 50 ปี	17 (50.0)	17 (50.0)	34 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	11 (84.6)	2 (15.4)	13 (100)	
	รวม	81 (54.0)	69 (46.0)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	9 (64.3)	5 (35.7)	14 (100)	15.785 (0.015)*
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8 (42.1)	11 (57.9)	19 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	14 (48.3)	15 (51.7)	29 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	5 (25.0)	15 (75.0)	20 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	10 (76.9)	3 (23.1)	13 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	28 (59.6)	19 (40.4)	47 (100)	
	อื่นๆ	7 (87.5)	1 (12.5)	8 (100)	
	รวม	81 (54.0)	69 (46.0)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	8 (36.4)	14 (63.6)	22 (100)	5.802 (0.326)
	10,001 - 20,000 บาท	15 (65.2)	8 (34.8)	23 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	15 (55.6)	12 (44.4)	37 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	9 (42.9)	12 (57.1)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	19 (61.3)	12 (38.7)	31 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	15 (57.7)	11 (42.3)	26 (100)	
	รวม	81 (54.0)	69 (46.0)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า $\chi^2 (0.05,4) = 9.5$, $\chi^2 (0.05,6) = 12.6$ และ $\chi^2 (0.05,5) = 11.1$

8) ปัจจัยด้านความสะดวกในการขอใช้บริการ

8.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ในระดับความเร็วต่ำ

8.1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.695 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่าความสะดวกในการขอใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

8.1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.028 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่า ความสะดวกในการขอใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

8.1.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ผลการศึกษาพบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.693 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าความสะดวกในการขอใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 4.21 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้
บริการ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ จำแนกตามกลุ่ม
อายุ อาชีพ และรายได้

ระดับความเร็วต่ำ	อายุ อาชีพ และรายได้	ความสะดวกในการขอใช้ฯ		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	19 (47.5)	21 (52.5)	40 (100)	3.695 (0.449)
	21 - 30 ปี	13 (52.0)	12 (48.0)	25 (100)	
	31 - 40 ปี	16 (41.0)	23 (59.0)	39 (100)	
	41 - 50 ปี	22 (59.5)	15 (40.5)	37 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	6 (66.7)	3 (33.3)	9 (100)	
	รวม	76 (50.7)	74 (49.3)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	13 (46.4)	15 (53.6)	28 (100)	4.028 (0.673)
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9 (56.3)	7 (43.8)	16 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	9 (40.9)	13 (59.1)	22 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	18 (45.0)	22 (55.0)	40 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	8 (66.7)	4 (33.3)	12 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	18 (60.0)	12 (40.0)	30 (100)	
	อื่น ๆ	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100)	
	รวม	76 (50.7)	74 (49.3)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	18 (54.5)	15 (45.5)	33 (100)	4.693 (0.455)
	10,001 - 20,000 บาท	11 (42.3)	15 (57.7)	26 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	13 (41.9)	18 (58.1)	31 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	13 (61.9)	8 (38.1)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	10 (66.7)	5 (33.3)	15 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	11 (45.8)	13 (54.2)	24 (100)	
	รวม	76 (50.7)	74 (49.3)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า $\chi^2 (0.05,4) = 9.5$, $\chi^2 (0.05,6) = 12.6$ และ $\chi^2 (0.05,5) = 11.1$

8.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ในระดับความเร็วสูง

8.2.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.528 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่าความสะดวกในการขอใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

8.2.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.349 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่าความสะดวกในการขอใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

8.2.3) จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.665 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าความสะดวกในการขอใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการขอใช้บริการ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างในระดับความเร็วสูง จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ระดับความเร็วสูง	อายุ อาชีพ และรายได้	ความสะดวกในการขอใช้ฯ		รวม	χ^2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	9 (52.9)	8 (47.1)	17 (100)	1.528 (0.822)
	21 - 30 ปี	18 (48.6)	19 (51.4)	37 (100)	
	31 - 40 ปี	28 (57.1)	21 (42.9)	49 (100)	
	41 - 50 ปี	15 (44.1)	19 (55.9)	34 (100)	
	51 ปี ขึ้นไป	7 (53.8)	6 (46.2)	13 (100)	
	รวม	77 (51.3)	73 (48.7)	150 (100)	
อาชีพ	ข้าราชการ	8 (57.1)	6 (42.9)	14 (100)	2.349 (0.885)
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11 (57.9)	8 (42.1)	19 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	16 (55.2)	13 (44.8)	29 (100)	
	นักเรียน/นักศึกษา	10 (50.0)	10 (50.0)	20 (100)	
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	5 (38.5)	8 (61.5)	13 (100)	
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	22 (46.8)	25 (53.2)	47 (100)	
	อื่นๆ	5 (62.5)	3 (37.5)	8 (100)	
	รวม	77 (51.3)	73 (48.7)	150 (100)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	9 (40.9)	13 (59.1)	22 (100)	1.665 (0.893)
	10,001 - 20,000 บาท	13 (56.5)	10 (43.5)	23 (100)	
	20,001 - 30,000 บาท	14 (51.9)	13 (48.1)	37 (100)	
	30,001 - 40,000 บาท	12 (57.1)	9 (42.9)	21 (100)	
	40,001 - 50,000 บาท	15 (48.4)	16 (51.6)	31 (100)	
	สูงกว่า 50,000 บาท	14 (53.8)	12 (46.2)	26 (100)	
	รวม	77 (51.3)	73 (48.7)	150 (100)	

ที่มา : จากการศึกษาและการคำนวณ: ค่า $\chi^2 (0.05,4) = 9.5$, $\chi^2 (0.05,6) = 12.6$ และ $\chi^2 (0.05,5) = 11.1$

4.2.3) สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ในระดับความเร็วต่ำ และความเร็วสูง เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ในการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง ทั้งหมด 8 ปัจจัย สามารถสรุปได้ดังนี้ (ตารางที่ 4.23)

1) ปัจจัยด้านการมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่า การมีโปรโมชันในช่วงที่เลือกใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

2) ปัจจัยด้านค่าบริการรายเดือนของผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุน้อย เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผล แต่ผู้ที่มีอายุมาก คือตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป เห็นว่าไม่มีผล ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ผู้ที่มีอายุน้อย เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผล แต่ผู้ที่มีอายุค่อนข้างมาก คือตั้งแต่ 41 ปี ขึ้นไป เห็นว่าไม่มีผล

ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้แน่นอน เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา และผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน เช่น พ่อบ้าน/แม่บ้าน รับจ้าง เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผล มีเพียงอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผล ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้แน่นอน เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา เห็นว่า ปัจจัยด้านนี้มีผล แต่กลุ่มอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน เช่น พ่อบ้าน/แม่บ้าน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผล

ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้น้อย เห็นว่า ปัจจัยด้านนี้มีผล แต่กลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างมาก คือตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผล ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ผู้ที่มีรายได้น้อย เห็นว่า ปัจจัยด้านนี้มีผล แต่กลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างมาก คือตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผล

3) ปัจจัยด้านการบริการหลังการขายของผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ ไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่า การบริการหลังการขายมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

4) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)ของผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ ไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่า ภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุน้อย เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผล แต่ผู้ที่มีอายุค่อนข้างมาก คือตั้งแต่ 31 ปี ขึ้นไป เห็นว่าไม่มีผล

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้แน่นอน เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน เช่น พ่อบ้าน/แม่บ้าน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผล แต่นักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ เช่น รับจ้าง อยู่ระหว่างหางานทำ เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผล

เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้น้อย เห็นว่า ปัจจัยด้านนี้มีผล แต่กลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างมาก คือตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผล

5) ปัจจัยด้านความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลของผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ผู้ที่มีอายุน้อย เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผล แต่ผู้ที่มีอายุค่อนข้างมาก คือตั้งแต่ 41 ปี ขึ้นไป เห็นว่าไม่มีผล ส่วนผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ผู้ที่มีอายุน้อย เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผล แต่ผู้ที่มีอายุค่อนข้างมาก คือตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป เห็นว่าไม่มีผล

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพและรายได้ ไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เห็นว่า ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่เห็นว่า ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

6) ปัจจัยด้านประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายของผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ ไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่า ประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ ไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่า ประโยชน์จากการใช้งานที่หลากหลายมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพและรายได้มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน เช่น พ่อบ้าน/แม่บ้าน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผล แต่ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้แน่นอน เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผล และเมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างมากคือ

ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผล แต่กลุ่มที่มีรายได้น้อยเห็นว่าไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

7) ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปี ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผล แต่ผู้ที่มีอายุน้อย คือต่ำกว่า 20 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผล

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน เช่น พ่อบ้าน/แม่บ้าน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผล แต่ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้แน่นอน เช่น พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มี

เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างมาก คือตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยด้านนี้มีผล แต่กลุ่มที่มีรายได้น้อย เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผล

ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ และอาชีพ มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปี ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผล แต่ผู้ที่มีอายุน้อย คือต่ำกว่า 20 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผล

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน เช่น พ่อบ้าน/แม่บ้าน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีผล แต่ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้แน่นอน เช่น พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มี

เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้ไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่า ความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

8) ปัจจัยด้านความสะดวกในการขอใช้ ของผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ ไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่า ความสะดวกในการขอใช้มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.23 สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	อายุ		อาชีพ		รายได้	
	ระดับ ความเร็ว ต่ำ	ระดับ ความเร็ว สูง	ระดับ ความเร็ว ต่ำ	ระดับ ความเร็ว สูง	ระดับ ความเร็ว ต่ำ	ระดับ ความเร็ว สูง
การมีโปรโมชันในช่วงที่ เลือกใช้บริการ	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง
ค่าบริการรายเดือน	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
การบริการหลังการขาย	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง
ภาพลักษณ์/ความน่าเชื่อถือและ ชื่อเสียงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	ไม่ แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	แตกต่าง
ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง
ประโยชน์จากการใช้งานที่ หลากหลาย	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	แตกต่าง
ความรู้ความเข้าใจในการใช้ อินเทอร์เน็ตระบบ ADSL	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง
ความสะดวกในการขอใช้ บริการ	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง

ที่มา : จากการศึกษา

4.3 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL

ในการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้ วัตถุประสงค์ในการใช้ ช่วงเวลาในการใช้ ระยะเวลาในการใช้ ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต และวิธีชำระค่าบริการรายเดือน

การวิเคราะห์ข้อมูลหัวข้อนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และนำเสนอข้อมูลในรูปของตารางแจกแจงความถี่ และร้อยละ

1) วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL จำนวน 300 ราย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อความบันเทิง เช่น ชมภาพยนตร์ ฟังเพลง ห้องสนทนา จำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมาเพื่อการเรียนการสอน จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.7 ขณะที่วัตถุประสงค์เพื่อการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ มีจำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 ส่วนที่เหลือมีวัตถุประสงค์เพื่อทันโลก/ทันเหตุการณ์ มีจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.7 และเพื่อศึกษาหาความรู้ จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.0

สำหรับผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อความบันเทิง จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาเพื่อการเรียนการสอน จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.3 ขณะที่วัตถุประสงค์เพื่อทันโลก/ทันเหตุการณ์ มีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.0 ส่วนที่เหลือมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาความรู้ จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7 และเพื่อการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3

ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมาเพื่อความบันเทิง จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.7 ขณะที่วัตถุประสงค์เพื่อการเรียนการสอน มีจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 ส่วนที่เหลือมีวัตถุประสงค์เพื่อทันโลก/ทันเหตุการณ์ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 และเพื่อศึกษาหาความรู้ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3

สรุปได้ว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อความบันเทิง ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูงมีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต	ระดับความเร็วต่ำ		ระดับความเร็วสูง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อความบันเทิง	58	38.7	43	28.7	101	33.7
เพื่อการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ	14	9.3	46	30.7	60	20.0
เพื่อการเรียนการสอน	38	25.3	30	20.0	68	22.7
เพื่อทันโลก/ทันเหตุการณ์	24	16.0	20	13.3	44	14.7
เพื่อศึกษาหาความรู้	16	10.7	11	7.3	27	9.0
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

2) ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจำนวน 300 ราย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.3 ซึ่งเป็นช่วงเวลาของพักผ่อน รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.01-20.00 น. จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.3 ขณะที่ช่วงเวลา 08.01 -12.00 น. มีจำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.7 ส่วนที่เหลือใช้ในช่วงเวลา 12.01-16.00 น. จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3 และช่วงเวลา 00.01-08.00 น. จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3

สำหรับผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.01-20.00 น. จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.3 ขณะที่ช่วงเวลา 08.01-12.00 น. มีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7 ส่วนที่เหลือใช้ในช่วงเวลา 12.00-16.00 น. จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0 และช่วงเวลา 00.01-08.00 น. จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0

ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 08.01-12.00 น. จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.7 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 20.01-24.00 น. จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 ขณะที่ช่วงเวลา 16.01-20.00 น. มีจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.3 ส่วนที่เหลือใช้ในช่วงเวลา 12.00-16.00 น. จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.7 และช่วงเวลา 00.01-08.00 น. จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.7

สรุปได้ว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาและใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลาหลัง 20.00 น. เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาของการพักผ่อน ส่วนผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว นิยมใช้ในช่วงเช้าตั้งแต่เวลา 08.00 น. เป็นต้นไป ซึ่งเป็นช่วงเวลาเริ่มต้นของการทำงาน (ตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.25 ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ	ระดับความเร็วต่ำ		ระดับความเร็วสูง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
08.01 – 12.00 น.	16	10.7	43	28.7	59	19.7
12.01 – 16.00 น.	12	8.0	31	20.7	43	14.3
16.01 – 20.00 น.	53	35.3	35	23.3	88	29.3
20.01 – 24.00 น.	63	42.0	40	26.7	103	34.3
00.01 – 08.00 น.	6	4.0	1	0.7	7	2.3
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

3) ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้ง ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL จำนวน 300 ราย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้ง 1-4 ชั่วโมง จำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมา 5-8 ชั่วโมง จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.3 ขณะที่ใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีจำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 ส่วนที่เหลือ 9-12 ชั่วโมง จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.7 และมากกว่า 12 ชั่วโมง จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0

สำหรับผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่าส่วนใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้ง 1-4 ชั่วโมง จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา 5-8 ชั่วโมง จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.3 ขณะที่ใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 ส่วนที่เหลือ 9-12 ชั่วโมง จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 และมากกว่า 12 ชั่วโมง จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.7

ส่วนผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่าส่วนใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้ง 1-4 ชั่วโมง จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา 5-8 ชั่วโมง จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.3 ขณะที่ใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.0 ส่วนที่เหลือใช้มากกว่า 12 ชั่วโมง จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 และ 9-12 ชั่วโมง จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0

สรุปได้ว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง ส่วนใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยไม่เกิน 4 ชั่วโมง (ตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26 ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้ง	ระดับความเร็วต่ำ		ระดับความเร็วสูง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	32	21.3	24	16.0	56	18.7
1 – 4 ชั่วโมง	77	51.3	68	45.3	145	48.3
5 – 8 ชั่วโมง	32	21.3	44	29.3	76	25.3
9 – 12 ชั่วโมง	8	5.3	6	4.0	14	4.7
มากกว่า 12 ชั่วโมง	1	0.7	8	5.3	9	3.0
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4) ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL จำนวน 300 ราย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน จำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมา 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.7 ส่วนที่เหลือ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 และ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3

สำหรับผู้ให้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่าส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมา 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.3 ส่วนที่เหลือ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3 และ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3

ส่วนผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่าส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0

ส่วนที่เหลือ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.7 และ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3

สรุปได้ว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน (ตารางที่ 4.27)

ตารางที่ 4.27 ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ของลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต เฉลี่ยต่อสัปดาห์	ระดับความเร็วต่ำ		ระดับความเร็วสูง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์	2	1.3	5	3.3	7	2.3
3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์	23	15.3	19	12.7	42	14.0
5 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์	44	29.3	54	36.0	98	32.7
ทุกวัน	81	54.0	72	48.0	153	51.0
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

5) วิธีการชำระค่าบริการรายเดือน ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL จำนวน 300 ราย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการรายเดือน ณ ศูนย์บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำนวน 169 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.3 และชำระโดยการหักผ่านบัญชีธนาคาร จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3

สำหรับผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่าส่วนใหญ่ชำระค่าบริการรายเดือน ณ ศูนย์บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.3 และชำระโดยการหักผ่านบัญชีธนาคาร จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.0

ส่วนผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่าส่วนใหญ่ชำระค่าบริการรายเดือน ณ ศูนย์บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.3 และชำระโดยการหักผ่านบัญชีธนาคาร จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7

สรุปได้ว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูง ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการรายเดือน ณ ศูนย์บริการลูกค้ำของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (ตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.28 วิธีการชำระค่าบริการรายเดือนของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการชำระ ค่าบริการรายเดือน	ระดับความเร็วต่ำ		ระดับความเร็วสูง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ศูนย์บริการลูกค้ำของ ทีโอที	98	65.3	96	64.0	194	64.7
หักผ่านบัญชีธนาคาร	47	31.3	45	30.0	92	30.7
เคาน์เตอร์เซอร์วิส	5	3.3	9	6.0	14	4.7
รวม	150	100	150	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.4 ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL

การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ในระดับความเร็วต่ำและความเร็วสูงของผู้ใช้บริการกลุ่มตัวอย่าง สามารถวัดระดับความพึงพอใจออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านคุณภาพการให้บริการ โดยให้ลูกค้ำตอบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก ปานกลาง และน้อย โดยให้คะแนนเป็น 5, 3 และ 1 ตามลำดับ จากนั้นนำมาหาค่าเฉลี่ย ผลของค่าเฉลี่ยมากกว่า 4 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก ระหว่าง 2.7-3.9 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และระหว่าง 1-2 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย ซึ่งผลการศึกษามีดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 4.29)

1) **ด้านผลิตภัณฑ์** ประกอบด้วย ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล และความมีเสถียรภาพของโครงข่าย

1.1) **ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล** หมายถึง ความเร็วในการรับข้อมูล (Download) และความเร็วในการส่งข้อมูล (Upload) ได้ตามที่ขอใช้บริการ ซึ่งหากเวลาใดมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตพร้อมๆ กันเป็นจำนวนมาก เช่น ช่วงเวลา 18.00-24.00 น. มีการดาวน์โหลดไฟล์ขนาดใหญ่พร้อมๆ กัน รวมทั้งการดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ต่างประเทศ หรือเว็บไซต์ที่มีผู้เข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมากพร้อมๆ กัน จะส่งผลให้ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลไม่ได้ตามที่ขอใช้บริการ

นอกจากนั้นสภาพเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้บริการมีสมรรถนะไม่สูง มีไวรัส หรือไม่มีการจัดการดูแลระบบการทำงานของเครื่องอย่างสม่ำเสมอ สาเหตุเหล่านี้อาจจะทำให้ความเร็วของอินเทอร์เน็ตลดลง เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากยอมรับในระดับความเร็วที่เลือก ซึ่งมีค่าบริการรายเดือนที่ถูกกว่า

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก สอดคล้องกับความเร็วที่ผู้ใช้บริการเลือกในระดับความเร็วสูงที่มีความเร็วในการรับข้อมูล (Download) 1,024 กิโลบิตต่อวินาที และความเร็วในการส่งข้อมูล (Upload) 512 กิโลบิตต่อวินาที ซึ่งเร็วเป็น 4 เท่าเมื่อเทียบกับระดับความเร็วต่ำ

1.2) ความมีเสถียรภาพของโครงข่าย หมายถึง ความสามารถในการติดต่อกับโครงข่ายได้ตลอดเวลาไม่มีการสะดุดหรือล่มของสัญญาณ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการจำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

2) ด้านราคา ประกอบด้วย ค่าเปิดใช้บริการ และค่าบริการรายเดือนมีราคาเหมาะสม

2.1) ค่าเปิดใช้บริการมีราคาเหมาะสม หมายถึง ค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำนวน 1,000 บาท เป็นราคาที่มีความเหมาะสม เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

2.2) ค่าบริการรายเดือนมีราคาเหมาะสม เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการจำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับมาก

3) ด้านการส่งเสริมการขาย ประกอบด้วย ความคุ้มค่าของโปรโมชั่น และการประชาสัมพันธ์ให้ได้รับทราบข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

3.1) ความคุ้มค่าของโปรโมชั่น หมายถึง ในแต่ละโปรโมชั่นที่บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) มีให้กับลูกค้า ซึ่งแต่ละโปรโมชั่นมีค่าธรรมเนียม ส่วนลดและสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้าแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับมาก

3.2) การประชาสัมพันธ์ให้ได้รับทราบข่าวสารอย่างต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับน้อย

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับน้อย

4) ด้านคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการ ความมีมนุษยสัมพันธ์และการเต็มใจให้บริการของเจ้าหน้าที่ ความรวดเร็วในการติดตั้ง ความสะดวกในการติดต่อศูนย์รับแจ้งเหตุขัดข้อง และคุณภาพการซ่อมเหตุขัดข้อง

4.1) ความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการ เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับมาก

4.2) ความมีมนุษยสัมพันธ์และเต็มใจให้บริการของเจ้าหน้าที่ เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการจำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับน้อย

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับน้อย

4.3) ความรวดเร็วในการติดตั้ง เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับมาก

4.4) ความสะดวกในการติดต่อศูนย์รับแจ้งเหตุขัดข้อง เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับน้อย

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับน้อย

4.5) คุณภาพการซ่อมเหตุขัดข้อง เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับความเร็วสูง พบว่า ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับมาก

สรุปได้ว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ด้านค่าบริการรายเดือนมีความเหมาะสม ด้านความคุ้มค่าของโปรโมชั่น และ ด้านค่าเปิดใช้บริการมีราคาเหมาะสม

สำหรับ ผู้ใช้บริการในระดับความเร็วต่ำ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์ให้ได้รับทราบข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ความสะดวกในการติดต่อศูนย์รับแจ้งเหตุขัดข้อง และความมีมนุษยสัมพันธ์และเต็มใจให้บริการของเจ้าหน้าที่ ในระดับน้อย และมีความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าของโปรโมชั่น ค่าบริการรายเดือน และค่าเปิดใช้บริการมีราคาเหมาะสม ในระดับมาก

ส่วนผู้ให้บริการในระดับความเร็วสูง ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์ให้ได้รับทราบข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ความสะดวกในการติดต่อศูนย์รับแจ้งเหตุขัดข้อง และความมีมนุษยสัมพันธ์และเต็มใจให้บริการของเจ้าหน้าที่ ในระดับน้อย และมีความพึงพอใจด้านค่าบริการรายเดือน ค่าเปิดใช้บริการมีราคาเหมาะสม และความคุ้มค่าของโปรโมชั่น มีความพึงพอใจในระดับมาก

ตารางที่ 4.29 ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ ADSL ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

ความพึงพอใจ	ระดับความเร็วต่ำ				ระดับความเร็วสูง				รวม			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม ค่าเฉลี่ย	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม ค่าเฉลี่ย	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม ค่าเฉลี่ย
	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	ระดับ	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	ระดับ	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	ระดับ
1.ด้านผลิตภัณฑ์												
1.1 ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล	33	54	63	150 (4.80) มาก	77	58	15	150 (8.96) มาก	110	112	78	300 (6.88) มาก
1.2 ความมีเสถียรภาพของโครงข่าย	26	36	88	150 (3.90) ปานกลาง	26	27	97	150 (3.78) ปานกลาง	161	113	26	300 (3.85) ปานกลาง
2. ด้านราคา												
2.1 ค่าเปิดใช้บริการมีราคาเหมาะสม	72	62	16	150 (8.55) มาก	89	51	10	150 (9.99) มาก	161	113	26	300 (9.27) มาก
2.2 ค่าบริการรายเดือนมีราคาเหมาะสม	87	35	28	150 (9.59) มาก	106	25	19	150 (16.6) มาก	193	60	47	300 (10.4) มาก
3. ด้านการส่งเสริมการขาย												
3.1 ความคุ้มค่าของโปรโมชั่น	94	19	37	150 (10.0) มาก	83	43	24	150 (9.32) มาก	177	62	61	300 (9.67) มาก
3.2 การประชาสัมพันธ์ให้ได้รับทราบข่าวสารอย่างต่อเนื่อง	4	27	119	150 (0.79) น้อย	10	28	112	150 (1.31) น้อย	14	55	231	300 (2.02) น้อย

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ระดับความเร็วต่ำ				ระดับความเร็วสูง				รวม			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวมค่าเฉลี่ย	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวมค่าเฉลี่ย	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวมค่าเฉลี่ย
	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	ระดับ	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	ระดับ	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	ระดับ
4. ด้านคุณภาพบริการ												
4.1 ความสะดวกในการขอใช้บริการ	13	123	14	150 (3.85) ปานกลาง	16	110	24	150 (4.09) มาก	29	243	28	300 (3.97) ปานกลาง
4.2 ความมีมนุษยสัมพันธ์และเต็มใจให้บริการของเจ้าหน้าที่	13	24	113	150 (2.53) น้อย	18	20	112	150 (2.94) น้อย	31	44	225	300 (2.74) น้อย
4.3 ความรวดเร็วในการติดตั้ง	11	89	50	150 (3.21) ปานกลาง	23	91	36	150 (4.36) มาก	34	180	86	300 (3.79) ปานกลาง
4.4 ความสะดวกในการติดต่อศูนย์รับแจ้งเหตุขัดข้อง	12	24	114	150 (2.44) น้อย	20	32	98	150 (2.49) น้อย	32	56	212	300 (2.86) น้อย
4.5 คุณภาพการซ่อมเหตุขัดข้อง	16	81	53	150 (3.57) ปานกลาง	25	77	48	150 (4.36) มาก	41	158	168	300 (4.19) มาก

ที่มา : จากการสำรวจ