

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทนี้จะกล่าวถึงการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งได้จากแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้จัดทำขึ้นมาจากประชากรทั้งหมดที่เป็นลูกค้าของบริษัทซึ่งเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานปลายทาง (End User) ของเครือข่ายที่บริษัทให้บริการ โดยผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามและสำนักงานของลูกค้าที่ใช้บริการ ข้อมูลการให้บริการเครือข่ายดิจิทัลด้านปัจจัยของคุณภาพการให้บริการ ผลผลิต คุณค่าการให้บริการบุคลากรและภาพลักษณ์ ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจกับลูกค้าและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงการบริการของบริษัทต่อไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

จากแบบสอบถามที่ใช้สำรวจทั้งหมด 82 ชุดสามารถเก็บผลมาได้ทั้งหมด 74 ชุด เนื่องจากว่าบางสำนักงานผู้ตอบแบบสอบถามไม่สะดวกและไม่มีเวลาที่จะตอบแบบสอบถาม และ ลูกค้าที่ใช้บริการในบางศูนย์ก็ยกเลิกการให้บริการไปแล้ว จึงทำให้ไม่สามารถเก็บแบบสอบถามได้ตามที่ประมาณไว้ในตอนแรกคือ 82 ชุดและจากแบบสอบถามที่เก็บได้ 74 ชุดนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ เครือข่ายดิจิทัลของ บริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคเหนือ ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามและสำนักงานของลูกค้าที่ใช้บริการ เครือข่ายดิจิทัลของ บริษัทไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด(มหาชน)ในเขตภาคเหนือ (ตารางที่ 1-ตารางที่ 11)
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลการให้บริการ เครือข่ายดิจิทัลด้านปัจจัยของคุณภาพการให้บริการผลผลิต คุณค่าการให้บริการ บุคลากร และ ภาพลักษณ์ โดยประกอบด้วย
 - ตอนที่ 2.1 ความสำคัญของปัจจัยของคุณภาพการให้บริการ ระบบ เครือข่ายดิจิทัล (ตารางที่ 12 - ตารางที่ 21)
 - ตอนที่ 2.2 ความพึงพอใจของปัจจัยของคุณภาพการให้บริการระบบ เครือข่ายดิจิทัล (ตารางที่ 22 - ตารางที่ 31)
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจกับลูกค้าที่ใช้บริการศูนย์ปฏิบัติงานและบำรุงรักษาระดับท้องถิ่นศูนย์ปฏิบัติการและบำรุงรักษาในเขต ภาคเหนือ (ตารางที่ 32-ตารางที่ 34)
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการ (ตารางที่ 35 - ตารางที่ 41)

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามและสำนักงาน

ตารางที่ 1: แสดงจำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนแยกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
สถาบันการเงิน	65	87.80
สื่อสาร	7	9.50
ห้างสรรพสินค้า	1	1.4
อุตสาหกรรม	1	1.4
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 74 รายเมื่อแยกตามประเภทของธุรกิจของสำนักงานผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 65.00 เป็นสถาบันการเงิน ร้อยละ 9.50 เป็นธุรกิจสื่อสาร ร้อยละ 1.4 เป็นอุตสาหกรรม และร้อยละ 1.4 เป็น ห้างสรรพสินค้า

ตารางที่ 2: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนแยกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	49	66.20
หญิง	25	33.80
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 74 รายเมื่อแยกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 66.20 เป็นเพศชาย และร้อยละ 33.80 เป็นเพศหญิง

ตารางที่ 3: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนแยกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	2	2.70
25 – 30 ปี	18	24.30
31 – 40 ปี	47	63.50
มากกว่า 40 ปี	7	9.50
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ถึงร้อยละ 63.50 รองลงมาได้แก่ช่วงอายุ 25 – 30 ปีร้อยละ 23.00 ช่วงอายุ มากกว่า 40 ปี มีร้อยละ 12.20 และช่วงอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีร้อยละ 1.40

ตารางที่ 4: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนแยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	9	12.20
ปริญญาตรี	58	78.40
สูงกว่าปริญญาตรี	7	9.50
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ถึงร้อยละ 78.40 รองลงมาได้แก่ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 12.20 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมี ร้อยละ 9.50

ตารางที่ 5: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามวัตถุประสงค์ของการใช้บริการ
เครือข่ายดิจิทัล

วัตถุประสงค์เพื่อ	จำนวน	ร้อยละ
เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ ระหว่างสาขา	53	71.60
การติดต่อระหว่าง เครือข่าย	10	13.50
การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร	11	14.90
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 5 พบวัตถุประสงค์ของการใช้บริการ เครือข่ายดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยง
คอมพิวเตอร์ระหว่างสาขาถึงร้อยละ 71.60 รองลงมาได้แก่เพื่อการให้บริการข้อมูลข่าวสารมีร้อยละ
14.90 และเพื่อการติดต่อระหว่างเครือข่ายร้อยละ 13.50

ตารางที่ 6: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามการให้บริการ เครือข่ายดิจิทัลของ
บริษัท TT&T และ ใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น

การให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการจาก TT&T เท่านั้น	34	45.90
ใช้บริการจากผู้ให้ บริการรายอื่นด้วย	34	45.90
ไม่ทราบ	6	8.10
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีการใช้งานจากผู้ให้บริการรายอื่นด้วยถึง
ร้อยละ 52.70 รองลงมาได้แก่ใช้บริการจาก TT&T เท่านั้น ร้อยละ 43.20 และไม่ทราบมีร้อยละ 4.10

ตารางที่ 7: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความคิดเห็นต่อการให้บริการเครือข่ายดิจิทัลที่ได้รับจากบริษัท TT&T เมื่อเทียบกับการให้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น

การให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
TT&T ให้บริการดีกว่า	17	50.00
มีการให้บริการที่เหมือนกัน	13	38.24
TT&T ให้บริการแย่กว่า	2	5.88
ไม่ทราบ	2	5.88
รวม	34	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นด้วยส่วนมากคิดว่า TT&T ให้บริการดีกว่าผู้ให้บริการรายอื่นถึงร้อยละ 50.00 รองลงมาได้แก่ใช้บริการจาก TT&T นั้นเหมือนกับผู้ให้บริการรายอื่น ร้อยละ 38.24 และคิดว่า TT&T ให้บริการที่แย่กว่าและไม่ทราบว่าเป็นอย่างไรเป็นสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 5.88

ตารางที่ 8: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามการเคยยกเลิกการใช้บริการเครือข่ายดิจิทัลจากผู้ให้บริการรายอื่น

การยกเลิกบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	57	77.00
เคย	5	6.80
ไม่ทราบ	12	16.20
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยยกเลิกการบริการถึงร้อยละ 77.00 รองลงมาได้แก่ไม่ทราบร้อยละ 16.20 และเคยร้อยละ 6.80

ตารางที่ 9: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสาเหตุของการยกเลิกการใช้บริการ
เครือข่ายดิจิทัลจากผู้ให้บริการรายอื่น

สาเหตุการยกเลิกบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบมีปัญหาบ่อย	4	80.00
การเปลี่ยนวงจร	1	20.00
รวม	5	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยยกเลิกการใช้บริการถึงสาเหตุของการยกเลิก
การบริการระบบมีปัญหาบ่อยถึงร้อยละ 80.00 รองลงมาได้แก่การเปลี่ยนวงจรร้อยละ 20.00

ตารางที่ 10: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามลักษณะการใช้งานจาก เครือข่าย
ดิจิทัล

ลักษณะการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน ไม่มีวันหยุด	41	55.40
เว้นวันหยุดราชการ	33	44.60
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะการใช้งานจาก เครือข่ายดิจิทัล ทุกวัน
ไม่มีวันหยุดถึงร้อยละ 55.40 รองลงมาได้แก่การใช้งานในลักษณะเว้นวันหยุดราชการร้อยละ 44.60

ตารางที่ 11: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามศูนย์ปฏิบัติงานและบำรุงรักษา
ระดับท้องถิ่นในเขตภาคเหนือ

ศูนย์ปฏิบัติงาน	จำนวน	ร้อยละ
เชียงใหม่	28	37.80
เชียงราย	17	23.00
ลำปาง	11	14.90
พิษณุโลก	10	13.50
นครสวรรค์	8	10.80
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตศูนย์ปฏิบัติงานเชียงใหม่ เชียงราย
ลำปาง พิษณุโลก และนครสวรรค์คิดเป็นร้อยละ 37.80 23.00 14.90 13.50 และ 10.80 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลการให้บริการหรือปัจจัยของคุณภาพการให้บริการ -ผลิตภัณฑ์,คุณค่าการให้บริการ,บุคลากร และ ภาพลักษณ์

2.1 เปรียบเทียบด้านความสำคัญของปัจจัยของคุณภาพการให้บริการระบบเครือข่ายดิจิทัล

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของการเข้าถึงลูกค้า (access)

ความสำคัญปัจจัยด้าน การเข้าถึงลูกค้า	ระดับความสำคัญ												รวม	เฉลี่ย	ความสำคัญ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
ตำแหน่งของผู้ให้บริการ อยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อ การติดต่อ	18	24.3	36	48.6	19	25.7	1	1.4	-	-	74	3.96	74	3.96	มาก
สำนักงานมีการตกแต่งที่ ทันสมัย สวยงาม น่าเชื่อถือ	6	8.1	28	37.8	35	47.3	5	6.8	-	-	74	3.47	74	3.47	ปานกลาง
สำนักงานมีที่จอดรถที่ สะดวก ปลอดภัย	18	24.3	30	40.5	25	33.8	1	1.4	-	-	74	3.88	74	3.88	มาก
พนักงานบริษัทสามารถบริ การได้อย่างรวดเร็ว	39	52.7	28	37.8	7	9.5	-	-	-	-	74	4.43	74	4.43	มาก
รับแจ้งปัญหา 24 ชั่วโมง	43	58.1	23	31.1	8	10.8	-	-	-	-	74	4.47	74	4.47	มาก

- ตารางที่ 12 ด้านการเข้าถึงลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากกับ การมีระบบรับแจ้งปัญหา 24 ชั่วโมง พนักงานบริษัทสามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว สำนักงานของผู้ให้บริการอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการติดต่อ สำนักงานมีที่จอดรถที่สะดวก ปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.47 4.43 3.96 และ 3.88 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง กับสำนักงานมีการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม น่าเชื่อถือ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.47

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร (communication)

ความสำคัญของปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร	ระดับความสำคัญ												รวม	เฉลี่ย	ความสำคัญ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด						
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
พนักงานสามารถอธิบายลูกค้าได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	28	37.8	31	41.9	15	20.3	-	-	-	-	74	4.18	มาก		
รายละเอียดเอกสารประกอบบริการชัดเจน เข้าใจง่าย	21	28.4	38	51.4	15	20.3	-	-	-	-	74	4.08	มาก		
บริษัทมีการส่งข่าวสารให้ อย่างสม่ำเสมอ	11	14.9	37	50.0	22	29.7	4	5.4	-	-	74	3.74	มาก		

ตารางที่ 13 ด้านการติดต่อสื่อสาร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก กับการที่พนักงานสามารถอธิบายลูกค้าได้ชัดเจน เข้าใจง่าย รายละเอียดเอกสารประกอบการบริการชัดเจน เข้าใจง่าย และ มีการส่งข่าวสารให้อย่างสม่ำเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 4.08 และ 3.74 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจด้านความสามารถของบุคลากร (competence)

ความสำคัญของปัจจัยด้าน ความสามารถของบุคลากร	ระดับความสำคัญ												รวม	เฉลี่ย	ความสำคัญ		
	มากที่สุด			มาก			ปานกลาง			น้อย						น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ				จำนวน	ร้อยละ
พนักงานมีความชำนาญใน การติดตั้ง	33	44.6	48.6	36	48.6	5	6.8	-	-	-	-	-	-	74	4.37	มาก	
งานการติดตั้งเรียบร้อย	22	29.7	56.8	42	56.8	10	13.5	-	-	-	-	-	-	74	4.16	มาก	
การรับแจ้งและประเมิน เหตุเสียทำให้รวดเร็ว	45	60.8	25.7	19	25.7	10	13.5	-	-	-	-	-	-	74	4.47	มาก	
พนักงานบำรุงรักษา ชำนาญทำงานรวดเร็ว	51	68.9	28.4	21	28.4	2	2.7	-	-	-	-	-	-	74	4.66	มากที่สุด	
พนักงานการตลาดอธิบาย การบริการได้ชัดเจน	17	23.0	56.8	42	56.8	12	16.2	3	4.1	-	-	-	-	74	3.98	มาก	

ตารางที่ 14 ด้านความสามารถของบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด กับพนักงานบำรุงรักษาชำนาญ ทำงานรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 และให้ความสำคัญในระดับมาก กับ การรับแจ้งและประเมินเหตุเสียทำได้รวดเร็ว พนักงานมีความชำนาญในการติดตั้ง งานการติดตั้งเรียบร้อย พนักงานการตลาดอธิบาย การบริการได้ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.47 4.37 4.16 และ 3.98 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความมีน้ำใจของบุคลากร (courtesy)

ความสำคัญของปัจจัยด้าน ความมีน้ำใจของบุคลากร	ระดับความสำคัญ												รวม	เฉลี่ย	ความสำคัญ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	เฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ อันอบอุ่นใจ	22	29.7	40	54.1	11	14.9	1	1.4	-	-	74	4.12	มาก		
พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	13	17.6	49	66.2	12	16.2	-	-	-	-	74	4.01	มาก		
รับโทรศัพท์ด้วยความ สุภาพ ไม่ต้องคอยนาน	15	20.3	51	68.9	8	10.8	-	-	-	-	74	4.09	มาก		
มีการคอยพรตามเทศกาล	5	6.8	26	35.1	34	45.9	9	12.2	-	-	74	3.36	ปานกลาง		
สอบถามบริการเป็นระยะ	9	12.2	36	48.6	24	32.4	5	6.8	-	-	74	3.66	มาก		
มีการพบปะเยี่ยมชม ตามการบริหารเสมอ	9	12.2	33	44.6	26	35.1	6	8.1	-	-	74	3.61	มาก		

ตารางที่ 15 ด้านความมีน้ำใจของบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก กับ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส รับโทรศัพท์ด้วยความสุภาพ ไม่ต้อง คอยนาน พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย สอบถามบริการเป็นระยะ มีการพบปะ เยี่ยมเยียนสอบถามการบริการเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.12 4.09 4.01 3.66 และ 3.61 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง กับมีการอำนวยความสะดวกตามเทศกาล โดยมี ค่าเฉลี่ย 3.36

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทและบุคลากร (credibility)

ความสำคัญของปัจจัยด้าน ความน่าเชื่อถือของบริษัท และบุคลากร	ระดับความสำคัญ										รวม	เฉลี่ย	ความสำคัญ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
บริษัทของผู้ให้บริการมีชื่อ เสียงเป็นที่น่าเชื่อถือ	18	24.3	41	55.4	14	18.9	1	1.4	-	-	74	4.03	มาก
พนักงานของบริษัทผู้ให้ บริการน่าเชื่อถือ	19	25.7	47	63.5	8	10.8	-	-	-	-	74	4.15	มาก

ตารางที่ 16 ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทและบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก กับ พนักงานของบริษัทผู้ให้บริการน่าเชื่อถือ บริษัทของผู้ให้บริการมีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 และ 4.03 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความไว้วางใจ (reliability)

	ระดับความสำคัญ										รวม	เฉลี่ย	ความสำคัญ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ความสำคัญปัจจัยด้าน ความไว้วางใจ	48	64.9	21	28.4	5	6.8	-	-	-	-	74	4.58	มากที่สุด
การให้บริการจากระบบ มี ความไว้วางใจได้ ถูกต้อง แม่น ยำ ตามข้อตกลง	36	48.6	29	39.2	9	12.2	-	-	-	-	74	4.36	มาก
ระบบเครือข่ายที่ให้บริการ สามารถไว้วางใจได้	46	62.2	18	24.3	10	13.5	-	-	-	-	74	4.49	มาก
อุปกรณ์ที่เสถียรดีมีคุณภาพ ไว้วางใจได้	52	70.3	15	20.3	7	9.5	-	-	-	-	74	4.61	มากที่สุด
อุปกรณ์และเครื่องมือ ทดสอบ ติดตั้ง เชื่อมต่อได้	50	67.6	19	25.7	5	6.8	-	-	-	-	74	4.61	มากที่สุด

ตารางที่ 17 ด้านความไว้วางใจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด กับ อุปกรณ์ และเครื่องมือทดสอบ ติดตั้ง เชื่อมต่อได้ อุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งมีคุณภาพไว้วางใจได้ การให้บริการจากระบบ มีความไว้วางใจได้ ถูกต้อง แม่นยำ ตามข้อตกลง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.61 4.61 และ 4.58 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับมาก กับระบบเครือข่ายที่ให้ บริการสามารถการให้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา การให้บริการจากพนักงานสามารถ ไว้วางใจได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.49 และ 4.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า (responsiveness)

ความสำคัญของปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า	ระดับความสำคัญ												รวม	เฉลี่ย	ความสำคัญ		
	มากที่สุด			มาก			ปานกลาง			น้อย						น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ					จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ					
การขอใช้บริการและการติดต่ออย่างรวดเร็ว	39	52.7	32	43.2	3	4.1	-	-	-	-	-	-	-	74	4.49	มาก	
การตอบข้อสงสัยหรือให้คำแนะนำการบริการทำได้อย่างรวดเร็ว	38	51.4	29	39.2	7	9.5	-	-	-	-	-	-	-	74	4.42	มาก	
การบำรุงรักษาระบบหากเกิดเหตุเสียให้ลูกค้าสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	47	63.5	24	32.4	3	4.1	-	-	-	-	-	-	-	74	4.59	มากที่สุด	
มีการบริการตรวจเช็คอุปกรณ์เป็นระยะจากบริษัท	29	39.2	34	45.9	9	12.2	2	2.7	-	-	-	-	-	74	4.22	มาก	

ตารางที่ 18 ด้านการตอบสนองลูกค้า โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด กับการบำรุงรักษาระบบหากเกิดเหตุเสียให้ลูกค้าสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ย 4.59 และให้ความสำคัญในระดับมาก กับการขอใช้บริการและการติดตั้งทดสอบ สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว การตอบข้อสงสัย หรือให้คำแนะนำการบริการทำได้อย่างรวดเร็ว มีการบริการตรวจสอบเช็คอุปกรณ์เป็นระยะจากบริษัท โดยมีค่าเฉลี่ย 4.49 4.42 และ 4.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของการปลอดภัย (security)

ความสำคัญของการปลอดภัย	ระดับความสำคัญ												รวม	เฉลี่ย	ความสำคัญ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	เฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
ข้อมูลที่ส่งผ่านเครือข่ายมีความปลอดภัยสูง ไม่สามารถโจรกรรมได้	54	73.0	17	23.0	2	2.7	1	1.4	-	-	74	4.68	มากที่สุด		
อุปกรณ์ที่ติดตั้งมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน	52	70.3	18	24.3	4	5.4	-	-	-	-	74	4.65	มากที่สุด		

ตารางที่ 19 ด้านความปลอดภัยโดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับข้อมูล
ที่ส่งผ่านเครือข่ายมีความปลอดภัยสูง ไม่สามารถโจรกรรมได้ และ อุปกรณ์ที่ติดตั้ง
มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.68 และ 4.65 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม (tangible)

	ระดับความสำคัญ										รวม	เฉลี่ย	ความสำคัญ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม	17	23.0	43	58.1	14	18.9	-	-	-	-	74	4.04	มาก
ความมีชื่อเสียงของบริษัทในการบริการทางด้านการบริการเครือข่าย	9	12.2	41	55.4	21	28.4	3	4.1	-	-	74	3.76	มาก
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์	7	9.5	45	60.8	20	27.0	2	2.7	-	-	74	3.77	มาก

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม (tangible) (ต่อ)

ความสำคัญ การให้บริการที่เป็นรูปธรรม (tangible) จัด	ระดับความสำคัญ										รวม	เฉลี่ย	ความสำคัญ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การลดราคา การให้สินเชื่อบริษัท	8	10.8	42	56.8	21	28.4	3	4.1	-	-	74	3.74	มาก
การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ เช่น การบริการเพื่อลูกค้า เป็นต้น	5	6.8	26	35.1	38	51.4	5	6.8	-	-	74	3.42	ปานกลาง
การตลาดทางตรงเช่นการส่งของบริการ Internet, แคตตาล็อก เป็นต้น	6	8.1	25	33.8	40	54.1	3	4.1	-	-	74	3.46	ปานกลาง

ตารางที่ 20 ด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก กับความมีชื่อเสียงของบริษัทในการบริการทางด้านบริการเครือข่ายการแนะนำบริการของระบบสื่อสารข้อมูลโดยการเสนอขายของพนักงาน การโฆษณาทางสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ การส่งเสริมการขายต่างๆเช่น การลดราคา การให้สินเชื่ เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.04 3.77 3.76 และ 3.74 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง กับการตลาดทางตรงเช่นการส่งจดบริการ Internet แคตตาล็อก เป็นต้น การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ เช่น การบริจาคเพื่อการกุศล เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ย 3.46 และ 3.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding customer)

	ระดับความสำคัญ										รวม	เฉลี่ย	ความสำคัญ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ความสำคัญของปัจจัยด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	38	51.4	28	37.8	8	10.8	-	-	-	-	74	4.41	มาก
บริษัทผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี	35	47.3	33	44.6	6	8.1	-	-	-	-	74	4.39	มาก

ตารางที่ 21 ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก กับบริษัทผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี และ บริษัทใส่ใจต่อความต้องการของลูกค้าโดยมีค่าเฉลี่ย 4.41 และ 4.39 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

2.2 แบบสอบถามด้านความพึงพอใจของปัจจัยของคุณภาพการให้บริการระบบเครือข่ายสื่อสารข้อมูลดิจิทัล
 ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของการเข้าถึงลูกค้า (access)

ความพึงพอใจของปัจจัยด้านการเข้าถึงลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ												เฉลี่ย	รวม	ความพึงพอใจ			
	มากที่สุด			มาก			ปานกลาง			น้อย						น้อยที่สุด		
	จำนวน		ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ				จำนวน		ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				จำนวน	ร้อยละ	
สำนักงานเขตผู้ให้บริการอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการติดต่อ	14	18.9	26	35.1	23	31.1	9	12.2	2	2.7	74	3.55	มาก					
สำนักงานมีการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม น่าเชื่อถือ	4	5.4	24	32.4	33	44.6	11	14.9	2	2.7	74	3.23	ปานกลาง					
สำนักงานมีจอคอมพิวเตอร์วาง ปลอดภัย	10	13.5	24	32.4	29	39.2	9	12.2	2	2.7	74	3.42	ปานกลาง					
พนักงานบริษัทสามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว	13	17.6	30	40.5	25	33.8	6	8.1	-	-	74	3.68	มาก					
มีระบบรับแจ้งปัญหาจากลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง	24	32.4	20	27.0	20	27.0	10	13.5	-	-	74	3.78	มาก					

ตารางที่ 22 ด้านการเข้าถึงลูกค้า โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก กับการมีระบบรับแจ้งปัญหาจากลูกค้า 24 ชั่วโมง พนักงานบริษัทสามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว สำนักงานของผู้ให้บริการอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการติดต่อ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 3.68 และ 3.55 ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับสำนักงานมีที่จอดรถที่สะดวก ปลอดภัย และสำนักงานมีการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม น่าเชื่อถือ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.42 และ 3.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร (communication)

ความพึงพอใจของปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร	ระดับความพึงพอใจ												รวม	เฉลี่ย	ความพึงพอใจ		
	มากที่สุด			มาก			ปานกลาง			น้อย						น้อยที่สุด	
	มากที่สุด			มาก			ปานกลาง			น้อย						น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				จำนวน	ร้อยละ
พนักงานสามารถอธิบายลูกค้าได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	13	17.6	37	50.0	22	29.7	2	2.7	-	-	74	3.82	มาก				
รายละเอียดเอกสารประกอบบริการชัดเจน เข้าใจง่าย	10	13.5	30	40.5	22	29.7	10	13.5	2	2.7	74	3.49	มาก				
บริษัทมีการส่งข่าวสารให้อย่างสม่ำเสมอ	7	9.5	26	35.1	27	36.5	10	13.5	4	5.4	74	3.30	ปานกลาง				

ตารางที่ 23 ด้านการติดต่อสื่อสาร โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก กับพนักงานสามารถอธิบายลูกค้าได้ชัดเจน เข้าใจง่าย และรายละเอียดเอกสารประกอบการบริการชัดเจน เข้าใจง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และ 3.49 ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง กับบริษัทมีการส่งข่าวสารให้อย่างสม่ำเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร (competence)

ความพึงพอใจของปัจจัย ด้านความสามารถของ บุคลากร	ระดับความพึงพอใจ												รวม	เฉลี่ย	ความพึงพอใจ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
พนักงานมีความชำนาญใน การติดตั้ง	16	21.6	42	56.8	16	21.6	-	-	-	-	-	-	74	4.00	มาก
งานการติดตั้งเรียบร้อย	7	9.5	52	70.3	13	17.6	2	2.7	-	-	-	-	74	3.86	มาก
การรับแจ้งและประเมิน เหตุเสียทำได้รวดเร็ว	14	18.9	40	54.1	18	24.3	2	2.7	-	-	-	-	74	3.89	มาก
พนักงานบำรุงรักษา ชำนาญ ทำงานรวดเร็ว	15	20.3	41	55.4	18	24.3	-	-	-	-	-	-	74	3.96	มาก
พนักงานการตลาดอธิบาย การบริการได้ชัดเจน	2	2.7	37	50.0	33	44.6	2	2.7	-	-	-	-	74	3.53	มาก

ตารางที่ 24 ด้านความสามารถของบุคลากร โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก
กับพนักงานมีความชำนาญในการติดตั้ง พนักงานบำรุงรักษาชำนาญ ทำงานรวดเร็ว
การรับแจ้งและประเมินเหตุเสียหายได้รวดเร็ว งานการติดตั้งเรียบร้อย และพนักงาน
การตลาดอธิบายการบริการได้ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 3.96 3.89 3.86 และ
3.53 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของบัณฑิตด้านความมีน้ำใจของบุคลากร (courtesy)

ความพึงพอใจของบัณฑิตด้านความมีน้ำใจของบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ												รวม	เฉลี่ย	ความพึงพอใจ		
	มากที่สุด			มาก			ปานกลาง			น้อย						น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ				จำนวน	ร้อยละ
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์	14	18.9	33	44.6	27	36.5	-	-	-	-	-	-	-	74	3.82	มาก	
พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	7	9.5	49	66.2	18	24.3	*	*	*	*	*	*	*	74	3.85	มาก	
รับโทรศัพท์ด้วยความสุภาพไม่ต้องคอยนาน	5	6.8	39	52.7	28	37.8	2	2.7	-	-	-	-	-	74	3.64	มาก	
มีการอำนวยความสะดวก	1	1.4	28	37.8	25	33.8	17	23.0	3	4.1	-	-	-	74	3.09	ปานกลาง	
โทรศัพท์สอบถามบริการ	1	1.4	30	40.5	25	33.8	16	21.6	2	2.7	-	-	-	74	3.16	ปานกลาง	
มีการพบปะเยี่ยมเยียนสอบถามการบริการเสมอ	2	2.7	26	35.1	27	36.5	19	25.7	-	-	-	-	-	74	3.14	ปานกลาง	

ตารางที่ 25 ด้านความมีน้ำใจของบุคลากร โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก กับ พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และ พนักงานรับโทรศัพท์ด้วยความสุภาพ ไม่ต้องคอยนาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 3.82 และ 3.64 ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง กับการโทรศัพท์ สอบถามบริการเป็นระยะ มีการพบปะเยี่ยมเยียนสอบถามการบริการเสมอ และมีการ ส่งการ์ดอวยพรตามเทศกาล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 3.14 และ 3.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทและบุคลากร (credibility)

ความพึงพอใจของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทและบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ										รวม	เฉลี่ย	ความพึงพอใจ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือ	10	13.5	40	54.1	24	32.4	-	-	-	-	74	3.81	มาก
พนักงานของบริษัทน่าเชื่อถือ	9	12.2	39	52.7	26	35.1	-	-	-	-	74	3.77	มาก

ตารางที่ 26 ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทและบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจใน
ระดับมาก กับบริษัทที่มีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือ และ พนักงานของบริษัทเป็นที่น่าเชื่อ
ถือ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และ 3.77 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านความไว้วางใจ (reliability)

ความพึงพอใจของปัจจัย ด้านความไว้วางใจ	ระดับความพึงพอใจ												รวม	เฉลี่ย	ความพึงพอใจ	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
การให้บริการจากระบบมีความไว้วางใจได้ ถูกต้อง แม่นยำ ตามข้อตกลง	15	20.3	46	62.2	11	14.9	2	2.7	-	-	-	-	-	74	4.00	มาก
การให้บริการจากพนักงานสามารถไว้วางใจได้	11	14.9	49	66.2	14	18.9	-	-	-	-	-	-	-	74	3.96	มาก
ระบบเครือข่ายที่ให้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา	14	18.9	40	54.1	18	24.3	-	-	2	2.7	2	2.7	-	74	3.86	มาก
อุปกรณ์ติดตั้งมีคุณภาพ	14	18.9	44	59.5	14	18.9	2	2.7	-	-	-	-	-	74	3.95	มาก
อุปกรณ์และเครื่องมือทดสอบ ติดตั้ง เชื่อมต่อได้	12	16.2	47	63.5	13	17.6	-	-	2	2.7	2	2.7	-	74	3.91	มาก

ตารางที่ 27 ด้านความไว้วางใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก กับการให้บริการจากระบบ มีความไว้วางใจได้ ถูกต้อง แม่นยำ ตามข้อตกลง การให้บริการจากพนักงานสามารถไว้วางใจได้ อุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งมีคุณภาพไว้วางใจได้ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบ ติดตั้ง เชื่อมต่อได้ และ ระบบเครือข่ายที่ให้บริการสามารถการให้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 3.96 3.95 3.91 และ 3.86 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า (responsiveness)

ความพึงพอใจของปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ												รวม	เฉลี่ย	ความพึงพอใจ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
การขอใช้บริการและการติดตั้งทดสอบสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	11	14.9	37	50.0	26	35.1	-	-	-	-	74	3.80	มาก		
การตอบข้อสงสัย หรือให้คำแนะนำการบริการทำได้อย่างรวดเร็ว	13	17.6	38	51.4	21	28.4	2	2.7	-	-	74	3.84	มาก		
การบำรุงรักษาระบบหากเกิดเหตุเสียทำได้อย่างรวดเร็ว	14	18.9	43	58.1	12	16.2	3	4.1	2	2.7	74	3.86	มาก		
มีการบริการตรวจเช็คอุปกรณ์เป็นระยะจากบริษัท	4	5.4	33	44.6	29	39.2	8	10.8	-	-	74	3.45	ปานกลาง		

ตารางที่ 28 ด้านการตอบสนองลูกค้า โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก กับ การบำรุงรักษาระบบหากเกิดเหตุเสียให้ลูกค้าสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว การตอบข้อสงสัย หรือให้คำแนะนำการบริการทำได้อย่างรวดเร็ว การขอใช้บริการและการติดตั้งทดสอบ สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 3.84 และ 3.80 ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง กับ การบริการตรวจสอบเช็คอุปกรณ์เป็นระยะจากบริษัท โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านความปลอดภัย (security)

ความพึงพอใจของปัจจัยด้านความปลอดภัย	ระดับความพึงพอใจ										รวม	เฉลี่ย	ความพึงพอใจ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ข้อมูลที่ส่งผ่านเครือข่ายมีความปลอดภัยสูง ไม่สามารถโจรกรรมได้	15	20.3	48	64.9	11	14.9	-	-	-	-	74	4.05	มาก
อุปกรณ์ที่ติดตั้งมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน	14	18.9	48	64.9	12	16.2	-	-	-	-	74	4.03	มาก

ตารางที่ 29 ด้านความปลอดภัย โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับมาก กับ เรื่อง ข้อมูลที่ส่งผ่านเครือข่ายมีความปลอดภัยสูง ไม่สามารถโจรกรรมได้ และ อุปกรณ์ที่ติดตั้งมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.05 และ 4.03 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม (tangible)

ความพึงพอใจของปัจจัยด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม	ระดับความพึงพอใจ										รวม	เฉลี่ย	ความพึงพอใจ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ความพึงพอใจของปัจจัยด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม	8	10.8	36	48.6	28	37.8	2	2.7	-	-	74	3.68	มาก
ความพึงพอใจของปัจจัยด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม	3	4.1	29	39.2	29	39.2	11	14.9	2	2.7	74	3.27	ปานกลาง
การแนะนำบริการของระบบสื่อสารข้อมูลโดยการเสนอขายของพนักงาน	2	2.7	30	40.5	32	43.2	10	13.5	-	-	74	3.32	ปานกลาง

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม (tangible) (ต่อ)

ความพึงพอใจของปัจจัยด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม	ระดับความพึงพอใจ										เฉลี่ย	รวม	ความพึงพอใจ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การลดราคา การให้สินเชื่อ เป็นต้น	2	2.7	25	33.8	30	40.5	17	23.0	-	-	74	3.16	ปานกลาง
การให้ข่าว และภาพประชาสัมพันธ์ เช่น การบริจาคเพื่อการกุศล เป็นต้น	1	1.4	21	28.4	30	40.5	21	28.4	1	1.4	74	3.00	ปานกลาง
การตลาดทางตรงเช่นการตั้งจองบริการ Internet , แคตตาล็อก เป็นต้น	3	4.1	18	24.3	32	43.2	19	25.7	2	2.7	74	3.01	ปานกลาง

ตารางที่ 30 ด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก กับ ความมีชื่อเสียงของบริษัทในกรบริการทางด้านการบริการเครือข่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง กับการแนะนำบริการของระบบสื่อสารข้อมูล โดยการเสนอขายของพนักงาน การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ การส่งเสริมการขายต่างๆเช่น การลดราคา การให้สินเชื่ การตลาดทางตรงเช่นการส่งของบริการ อินเทอร์เน็ต แคตตาล็อก และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ เช่น การบริจาคเพื่อการกุศล โดยมีค่าเฉลี่ย 3.32 3.27 3.16 3.01 และ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding customer)

ความพึงพอใจของปัจจัยด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ										เฉลี่ย	ความพึงพอใจ	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				รวม
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
บริษัทผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี	9	12.2	33	44.6	30	40.5	2	2.7	-	-	74	3.66	มาก
บริษัทใส่ใจต่อความต้องการของลูกค้า	13	17.6	29	39.2	31	41.9	1	1.4	-	-	74	3.73	มาก

ตารางที่ 31 ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก กับ
เรื่องบริษัทมีความใส่ใจต่อความต้องการของลูกค้า และบริษัทผู้ให้บริการสามารถ
ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.73 และ 3.66 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเปรียบเทียบความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามถึงระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจกับประเภทของธุรกิจที่ใช้บริการเครือข่ายดิจิทัล

ตารางที่ 32: แสดงข้อมูลเปรียบเทียบความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องระดับความสำคัญกับประเภทของธุรกิจที่ใช้บริการเครือข่ายดิจิทัล

ปัจจัย	ประเภทของธุรกิจ			
	สถาบันการเงิน	สื่อสาร	ห้างสรรพสินค้า	อุตสาหกรรม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	ระดับความสำคัญ	ระดับความสำคัญ	ระดับความสำคัญ	ระดับความสำคัญ
การเข้าถึงลูกค้า				
สถานที่ติดต่อของผู้ให้บริการมีทำเลที่สะดวก	4.00	3.71	4.00	3.00
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
สำนักงานมีการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม น่าเชื่อถือ	3.49	3.43	4.00	2.00
	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	น้อย
สำนักงานมีที่จอดรถที่สะดวก ปลอดภัย	3.91	3.71	4.00	3.00
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
พนักงานบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายสามารถบริการในด้านต่างๆได้ อย่างรวดเร็ว	4.31	4.57	4.00	4.00
	มาก	มากที่สุด	มาก	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีระบบรับแจ้งปัญหาจากลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง	4.49	4.57	4.00	3.00
	มาก	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง
การติดต่อสื่อสาร				
พนักงานของผู้ให้บริการเครือข่ายสามารถอธิบายให้ลูกค้าด้านต่างๆชัดเจน เข้าใจง่าย	4.18	4.29	4.00	3.00
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
รายละเอียดของเอกสารประกอบของการบริการต่างๆชัดเจน	4.08	4.14	4.00	4.00
	มาก	มาก	มาก	มาก

บริษัทมีการส่งข่าวสาร ให้อย่างสม่ำเสมอ	3.80	4.29	4.00	3.00
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
ความสามารถของ บุคคลากร				
พนักงานติดตั้งของ บริษัทมีความชำนาญใน การติดตั้ง	4.38	4.29	5.00	4.00
	มาก	มาก	มากที่สุด	มาก
การติดตั้งมีความเป็น ระเบียบเรียบร้อย สวยงาม	4.15	4.14	5.00	4.00
	มาก	มาก	มากที่สุด	มาก
พนักงานรับแจ้งเหตุเสีย สามารถระบุสาเหตุและ ประเมินเวลาแก้ไขได้ อย่างรวดเร็ว	4.52	4.00	5.00	4.00
	มากที่สุด	มาก	มากที่สุด	มาก
พนักงานบำรุงรักษาของ บริษัทมีความชำนาญใน การบำรุงรักษา แก้ไข ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว	4.71	4.29	5.00	4.00
	มากที่สุด	มาก	มากที่สุด	มาก
พนักงานทางการตลาด อธิบายรูปแบบบริการ ได้ชัดเจน	4.03	3.57	5.00	3.00
	มาก	มาก	มากที่สุด	ปานกลาง
ความมีน้ำใจของบุคคลากร				
ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ ดี และ ยิ้มแย้มแจ่มใส ของพนักงานของบริษัท ผู้ให้บริการ	4.12	4.29	4.00	3.00
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย บริการอย่าง เป็นมิตร	4.03	4.00	4.00	3.00
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
พนักงานรับโทรศัพท์ ด้วยน้ำเสียงที่สุภาพ ไม่ ให้คายนาน	4.11	4.14	4.00	3.00
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
การได้รับการอำนวยความสะดวก พิเศษในเทศกาลสำคัญๆ จากทางบริษัท	3.40	3.14	4.00	2.00
	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	น้อย

ผู้ให้บริการการ โทรศัพท์สอบถามการ บริการเป็นระยะๆ	3.66	3.71	4.00	3.00
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
พนักงานมีการพบปะ เยี่ยมเยียนสอบถามการ ให้บริการเสมอๆ	3.63	3.57	4.00	2.00
	มาก	มาก	มาก	น้อย
ความน่าเชื่อถือของบริษัทและบุคลากร				
บริษัทของผู้ให้บริการมี ชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือ	4.02	4.14	5.00	3.00
	มาก	มาก	มากที่สุด	ปานกลาง
พนักงานของบริษัทผู้ให้ บริการน่าเชื่อถือ	4.14	4.14	5.00	4.00
	มาก	มาก	มากที่สุด	มาก
ความไว้วางใจ				
การให้บริการจากระบบ มีความไว้วางใจได้ ถูกต้อง แม่นยำ ตามข้อตกลง	4.62	4.29	5.00	4.00
	มากที่สุด	มาก	มากที่สุด	มาก
การให้บริการจาก พนักงานสามารถไว้วาง ใจได้	4.40	4.00	5.00	4.00
	มาก	มาก	มากที่สุด	มาก
ระบบเครือข่ายที่ให้ บริการสามารถการให้ ได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดเวลา	4.51	4.29	5.00	4.00
	มากที่สุด	มาก	มากที่สุด	มาก
อุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งมีคุณ ภาพไว้วางใจได้	4.63	4.43	5.00	4.00
	มากที่สุด	มาก	มากที่สุด	มาก
อุปกรณ์และเครื่องมือที่ ใช้ในการทดสอบ ติดตั้ง เชื่อถือได้	4.63	4.43	5.00	4.00
	มากที่สุด	มาก	มากที่สุด	มาก
การตอบสนองลูกค้า				
การขอใช้บริการและ การติดตั้งทดสอบ สามารถทำได้ง่าย รวดเร็ว	4.51	4.29	5.00	4.00
	มากที่สุด	มาก	มากที่สุด	มาก

การตอบข้อสงสัย หรือ ให้คำแนะนำการบริการ ทำได้อย่างรวดเร็ว	4.46	4.14	5.00	3.00
	มาก	มาก	มากที่สุด	มาก
การบำรุงรักษาระบบ หากเกิดเหตุเสียให้ลูกค้า สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	4.63	4.29	5.00	4.00
	มากที่สุด	มาก	มากที่สุด	มาก
มีการบริการตรวจเช็ค อุปกรณ์เป็นระยะจาก บริษัท	4.26	4.00	4.00	3.00
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
ความปลอดภัย				
ข้อมูลที่ส่งผ่านเครือข่าย มีความปลอดภัยสูง ไม่ สามารถโจรกรรมได้	4.69	4.57	5.00	4.00
	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มาก
อุปกรณ์ที่ติดตั้งมีความ ปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน	4.68	4.43	5.00	4.00
	มากที่สุด	มาก	มากที่สุด	มาก
การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก				
ความมีชื่อเสียงของ บริษัทในการบริการทาง ด้านการบริการเครือข่าย	4.03	4.29	4.00	3.00
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์	3.75	4.00	4.00	2.00
	มาก	มาก	มาก	น้อย
การแนะนำบริการของ ระบบสื่อสารข้อมูลโดย การเสนอขายของ พนักงาน	3.78	3.86	4.00	2.00
	มาก	มาก	มาก	น้อย
การส่งเสริมการขาย ต่างๆเช่น การลดราคา การให้สินเชื่	3.75	3.86	4.00	2.00
	มาก	มาก	มาก	น้อย
การให้ข่าว และการ ประชาสัมพันธ์	3.43	3.57	3.00	2.00
	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	น้อย

การตลาดทางตรง	3.42	4.00	3.00	3.00
	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
การเข้าใจและรู้จักลูกค้า				
บริษัทผู้ให้บริการ สามารถตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า ได้ดี	4.42	4.43	5.00	3.00
	มาก	มาก	มากที่สุด	ปานกลาง
บริษัทใส่ใจต่อความ ต้องการของลูกค้า	4.43	4.00	5.00	4.00
	มาก	มาก	มากที่สุด	มาก

จากตารางที่ 32 ลูกค้ากลุ่มสถาบันการเงินให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดแก่ การให้บริการจากระบบเครือข่ายดิจิทัล ต้องมีความไว้วางใจได้ถูกต้องแม่นยำตามข้อตกลง พนักงานรับแจ้งเหตุเสียสามารถระบุสาเหตุและประเมินเวลาในการแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว พนักงานบำรุงรักษาของบริษัทมีความชำนาญในการบำรุงรักษา แก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ระบบเครือข่ายที่ให้บริการสามารถทำให้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา อุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งมีคุณภาพไว้วางใจได้ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบ การขอใช้บริการและการติดตั้งทดสอบสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว เชื่อถือได้ การบำรุงรักษาระบบหากเกิดเหตุเสียให้ลูกค้าสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ข้อมูลที่ส่งผ่านเครือข่ายมีความปลอดภัยสูง ไม่สามารถโจรกรรมได้ อุปกรณ์ที่ติดตั้งมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน

ลูกค้ากลุ่มสื่อสารให้ความสำคัญระดับมากที่สุดแก่ พนักงานบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายสามารถบริการในด้านต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว บริษัทผู้ให้บริการมีระบบรับแจ้งปัญหาจากลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ข้อมูลที่ส่งผ่านเครือข่ายมีความปลอดภัยสูง ไม่สามารถโจรกรรมได้

ลูกค้ากลุ่มห้างสรรพสินค้าให้ความสำคัญระดับมากที่สุดแก่ พนักงานติดตั้งของบริษัทมีความชำนาญในการติดตั้ง การติดตั้งมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม พนักงานรับแจ้งเหตุเสียสามารถระบุสาเหตุและประเมินเวลาแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว พนักงานบำรุงรักษาของบริษัทมีความชำนาญในการบำรุงรักษา แก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว พนักงานทางการตลาดอธิบายรูปแบบบริการได้ชัดเจน บริษัทของผู้ให้บริการมีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือ พนักงานของบริษัทผู้ให้บริการนำเชื่อถือ การให้บริการจากระบบ มีความไว้วางใจได้ ถูกต้อง แม่นยำ ตามข้อตกลง การให้บริการจากพนักงานสามารถไว้วางใจได้ ระบบเครือข่ายที่ให้บริการสามารถทำให้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา อุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งมีคุณภาพไว้วางใจได้ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบ ติดตั้ง เชื่อถือได้ การขอใช้บริการและการติดตั้งทดสอบสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว การตอบข้อสงสัย หรือให้คำแนะนำการบริการทำได้อย่างรวดเร็ว การบำรุงรักษาระบบหากเกิดเหตุเสียให้ลูกค้าสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว

ข้อมูลที่ส่งผ่านเครือข่ายมีความปลอดภัยสูง ไม่สามารถโจรกรรมได้ อุปกรณ์ที่ติดตั้งมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน บริษัทผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี บริษัทใส่ใจต่อความต้องการของลูกค้า

ลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรม ไม่ให้ความสำคัญระดับในระดับมากที่สุดแก่ปัจจัยใดเลย

ตารางที่ 33: แสดงข้อมูลเปรียบเทียบความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องระดับความพึงพอใจกับประเภทของธุรกิจที่ใช้บริการเครือข่ายดิจิทัล

ปัจจัย	ประเภทของธุรกิจ			
	สถาบันการเงิน	สื่อสาร	ห้างสรรพสินค้า	อุตสาหกรรม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	ระดับความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ
การเข้าถึงลูกค้า				
สถานที่ติดต่อของผู้ให้บริการมีทำเลที่สะดวก	3.57	3.71	3.00	2.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	น้อย
สำนักงานมีการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม น่าเชื่อถือ	3.25	3.43	2.00	2.00
	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย	น้อย
สำนักงานมีที่จอดรถที่สะดวก ปลอดภัย	3.46	3.29	2.00	3.00
	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง
พนักงานบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายสามารถบริการในด้านต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว	3.68	2.86	2.00	4.00
	มาก	ปานกลาง	น้อย	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีระบบรับแจ้งปัญหาจากลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง	3.83	3.71	2.00	3.00
	มาก	มาก	น้อย	ปานกลาง
การติดต่อสื่อสาร				
พนักงานของผู้ให้บริการเครือข่ายสามารถอธิบายให้ลูกค้าด้านต่างๆ ชัดเจน เข้าใจง่าย	3.85	3.86	3.00	3.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง

รายละเอียดของเอกสารประกอบของการบริการต่างๆชัดเจน	3.51	3.29	3.00	4.00
	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก
บริษัทมีการส่งข่าวสารให้อย่างสม่ำเสมอ	3.29	3.43	3.00	3.00
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ความสามารถของบุคลากร				
พนักงานติดตั้งของบริษัทมีความชำนาญในการติดตั้ง	4.00	4.14	3.00	4.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
การติดตั้งมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม	3.88	3.86	3.00	4.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
พนักงานรับแจ้งเหตุเสียสามารถระบุสาเหตุและประเมินเวลาแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว	3.92	3.86	2.00	4.00
	มาก	มาก	น้อย	มาก
พนักงานบำรุงรักษาของบริษัทมีความชำนาญในการบำรุงรักษาแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว	3.98	3.86	3.00	4.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
พนักงานทางการตลาดอธิบายรูปแบบบริการได้ชัดเจน	3.52	3.71	3.00	3.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
ความมีน้ำใจของบุคลากร				
ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และ ยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงานของบริษัทผู้ให้บริการ	3.85	3.86	3.00	3.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย บริการอย่างเป็นมิตร	3.85	4.00	4.00	3.00
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง

พนักงานรับโทรศัพท์ ด้วยน้ำเสียงที่สุภาพ ไม่ ให้คายนาน	3.63	3.86	3.00	3.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
การได้รับการช่วยเหลือ พิเศษในเทศกาลสำคัญ จากทางบริษัท	3.15	2.86	2.00	2.00
	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย	น้อย
ผู้ให้บริการการ โทรศัพท์สอบถามการ บริการเป็นระยะๆ	3.18	3.14	2.00	3.00
	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง
พนักงานมีการพบปะ เยี่ยมเยียนสอบถามการ ให้บริการเสมอๆ	3.17	3.29	2.00	2.00
	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย	น้อย
ความน่าเชื่อถือของบริษัทและบุคลากร				
บริษัทของผู้ให้บริการมี ชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือ	3.82	4.00	3.00	3.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
พนักงานของบริษัทผู้ให้ บริการน่าเชื่อถือ	3.75	4.00	3.00	4.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
ความไว้วางใจ				
การให้บริการจากระบบ มีความไว้วางใจได้ ถูกต้อง แม่นยำ ตามข้อตกลง	4.02	4.00	2.00	4.00
	มาก	มาก	น้อย	มาก
การให้บริการจาก พนักงานสามารถไว้วาง ใจได้	3.98	4.14	3.00	4.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
ระบบเครือข่ายที่ให้ บริการสามารถการให้ ได้อย่างต่อเนื่องตลอด เวลา	3.89	3.86	1.00	4.00
	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
อุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งมีคุณ ภาพไว้วางใจได้	3.97	4.00	1.00	4.00
	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
อุปกรณ์และเครื่องมือที่ ใช้ในการทดสอบ ติดตั้ง เชื่อถือได้	3.94	4.00	1.00	4.00
	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก

การตอบสนองลูกค้า				
การขอใช้บริการและการคิดตั้งทดสอบสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	3.80	4.00	3.00	4.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
การตอบข้อสงสัยหรือให้คำแนะนำการบริการทำได้อย่างรวดเร็ว	3.85	3.86	2.00	3.00
	มาก	มาก	น้อย	ปานกลาง
การบำรุงรักษาระบบหากเกิดเหตุเสียให้ลูกค้าสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	3.91	4.14	1.00	4.00
	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
มีการบริการตรวจเช็คอุปกรณ์เป็นระยะจากบริษัท	3.48	3.86	2.00	3.00
	ปานกลาง	มาก	น้อย	ปานกลาง
ความปลอดภัย				
ข้อมูลที่ส่งผ่านเครือข่ายมีความปลอดภัยสูง ไม่สามารถโจรกรรมได้	4.03	4.43	3.00	4.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
อุปกรณ์ที่ติดตั้งมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน	4.00	4.43	3.00	4.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก				
ความมีชื่อเสียงของบริษัทในการบริการทางด้านการบริการเครือข่าย	3.68	4.43	3.00	3.00
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์	3.25	3.86	3.00	3.00
	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
การแนะนำบริการของระบบสื่อสารข้อมูลโดยการเสนอขายของพนักงาน	3.32	3.71	2.00	2.00
	ปานกลาง	มาก	น้อย	น้อย

การส่งเสริมการขาย ต่างๆเช่น การลดราคา การให้สินเชื่	3.15	3.57	2.00	2.00
	ปานกลาง	มาก	น้อย	น้อย
การให้ข่าวและการ ประชาสัมพันธ์	3.03	3.00	2.00	2.00
	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย	น้อย
การตลาดทางตรง	3.02	3.14	2.00	3.00
	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง
การเข้าใจและรู้จักลูกค้า				
บริษัทผู้ให้บริการ สามารถตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า ได้ดี	3.69	3.71	2.00	3.00
	มาก	มาก	น้อย	ปานกลาง
บริษัทใส่ใจต่อความ ต้องการของลูกค้า	3.72	3.86	3.00	4.00
	มาก	มาก	น้อย	มาก

จากตารางที่ 33 ลูกค้ากลุ่มห้างสรรพสินค้ามีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุดแก่ ระบบ เครือข่ายที่ให้บริการสามารถการให้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา อุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งมีคุณภาพไว้ใจได้ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบ ติดตั้ง เชื้อถือได้ การบำรุงรักษาระบบหากเกิดเหตุเสียให้ลูกค้าสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว

ระดับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มสถาบันการเงิน กลุ่มสื่อสาร และ อุตสาหกรรม มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ถึง ระดับมาก ในทุกปัจจัย

ตารางที่ 34: แสดงข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการใช้บริการของ
ทีแอนด์ทีกับศูนย์ปฏิบัติงานของบริษัท

การใช้บริการ ของ TT&T	ศูนย์เชียงใหม่		ศูนย์เชียงราย		ศูนย์ลำปาง		ศูนย์พิษณุโลก		ศูนย์นครสวรรค์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ให้บริการดีกว่า ผู้ให้บริการ รายอื่น	6	21.43	7	41.18	2	18.18	1	10.00	1	12.50
ให้บริการ เหมือนกับผู้ให้ บริการรายอื่น	4	14.29	1	5.88	-	-	6	60.00	2	25.00
ให้บริการแย่กว่า ผู้ให้บริการ รายอื่น	2	7.14	-	-	-	-	-	-	-	-
ไม่ทราบ	16	57.14	9	52.94	9	81.82	3	30.00	5	62.50
รวม	28	100.0	17	100.0	11	100.0	10	100.0	8	100.0
		0		0		0		0		0

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นด้วย และคิดว่า ศูนย์ปฏิบัติงานเชียงใหม่ของบริษัทให้บริการดีกว่าผู้ให้บริการรายอื่น 6 ราย จาก 28 ราย คิดเป็น ร้อยละ 21.43 ศูนย์ปฏิบัติงานเชียงรายของบริษัทให้บริการดีกว่าผู้ให้บริการรายอื่น 7 ราย จาก 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.18 ศูนย์ปฏิบัติงานลำปางของบริษัทให้บริการดีกว่าผู้ให้บริการรายอื่น 2 ราย จาก 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.18 ศูนย์ปฏิบัติงานพิษณุโลกของบริษัทให้บริการเหมือนกับผู้ให้บริการรายอื่น 6 ราย จาก 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00 ศูนย์ปฏิบัติงานนครสวรรค์ของบริษัทให้บริการดีกว่าผู้ให้บริการรายอื่น 2 ราย จาก 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 และจะมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่ไม่ทราบว่าการบริการของบริษัท เป็นอย่างไรจำนวน 42 รายโดยผู้ใช้บริการที่ไม่ทราบว่าการบริการเป็นอย่างไรของศูนย์เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง พิษณุโลก และนครสวรรค์ มีจำนวน 16 ราย, 9 ราย, 9 ราย, 3 ราย และ 5 ราย ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการ

ตารางที่ 35: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความต้องการให้พนักงานของ TT&T เข้าไปตรวจสอบหรือแก้ไขระบบในวันหยุด

ความต้องการแก้ไขหรือตรวจสอบในวันหยุด	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการ	35	47.30
ไม่ต้องการ	35	47.30
ขึ้นอยู่กับความจำเป็นของปัญหา	4	5.40
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้พนักงาน TT&T เข้าไปแก้ไขหรือตรวจสอบปัญหาในวันหยุดและไม่ต้องการให้พนักงานเข้าไปแก้ไขในวันหยุดมีสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 47.30 และขึ้นอยู่กับความจำเป็นหรือความรุนแรงของปัญหานั้นๆ ร้อยละ 5.4

ตารางที่ 36: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะแจ้งเหตุเสียเป็นลำดับแรก

สถานที่ที่จะแจ้งเหตุเสีย	จำนวน	ร้อยละ
สำนักงานใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	54	73.00
ติดต่อที่ TT&T	18	24.30
อื่นๆ	2	2.70
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 36 พบว่า สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะแจ้งเป็นลำดับแรกหากเกิดเหตุเสียกับระบบคือที่สำนักงานใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามเองถึงร้อยละ 73.00 รองลงมาได้แก่ติดต่อกับ TT&T ร้อยละ 24.30 และอื่นๆ ร้อยละ 2.70

ตารางที่ 37: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบว่าสามารถแจ้งเหตุเสียกับ Help Desk ของบริษัท TT&T ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

การทราบผู้ตอบแบบ สอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ทราบ	27	36.50
ไม่ทราบ	47	63.50
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ทราบว่าสามารถแจ้งเหตุเสียกับ Help Desk ของบริษัท TT&T ได้ตลอด 24 ชั่วโมงถึงร้อยละ 63.50 และทราบร้อยละ 36.50

ตารางที่ 38: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการคู่มือในการแก้ไขเหตุเสียเบื้องต้น

ความต้องการผู้ตอบแบบ สอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการ	71	95.90
ไม่ต้องการ	3	4.10
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ต้องการคู่มือการแก้ไขเหตุเสียเบื้องต้นร้อยละ 4.10 และต้องการร้อยละ 95.90

ตารางที่ 39: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้บริษัทอบรมวิธีการใช้งานให้

ความต้องการผู้ตอบแบบ สอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการ	38	51.40
ไม่ต้องการ	36	48.60
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้บริษัทอบรมการใช้งานให้ร้อยละ 51.40 และไม่ต้องการร้อยละ 48.60

ตารางที่ 40: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้พนักงานของบริษัทเข้าไปตรวจสอบบำรุงรักษาอุปกรณ์เป็นช่วงๆ

ความต้องการผู้ตอบแบบ สอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
รายเดือน	22	29.70
ราย 3 เดือน	36	48.60
ราย 6 เดือน	10	13.50
รายปี	3	4.10
ไม่ต้องการให้ตรวจสอบ	3	4.10
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ต้องการให้พนักงานเข้าไปตรวจสอบอุปกรณ์ราย 3 เดือนร้อยละ 48.60 ต้องการให้ตรวจสอบรายเดือนร้อยละ 29.70 ต้องการให้ตรวจสอบราย 6 เดือน 13.50 ต้องการให้ตรวจสอบรายปีและไม่ต้องการให้ตรวจสอบเลยมีสัดส่วนที่เท่ากันคือร้อยละ 4.10

ตารางที่ 41: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของ TT&Tเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น

ภาพลักษณ์ของ TT&T	จำนวน	ร้อยละ
TT&T มีภาพลักษณ์ดีกว่าผู้ให้บริการรายอื่น	46	62.2
TT&T มีภาพลักษณ์ที่ไม่แตกต่างจากบริษัทอื่น	25	33.80
TT&T มีภาพลักษณ์ที่แย่กว่า และควรปรับปรุง การประชาสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม ความรวดเร็วในการแก้เหตุเสียบ	2	4.20
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าภาพลักษณ์ของ TT&T ดีกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ร้อยละ 62.20 คิดว่าภาพลักษณ์ของ TT&T ไม่แตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่น ร้อยละ 33.80 และคิดว่า TT&T มีภาพลักษณ์ที่แย่กว่า และควรปรับปรุง การประชาสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม ความรวดเร็วในการแก้เหตุเสียบ ร้อยละ 4.20