

การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้งาน
ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
DEVELOPMENT OF CAUSAL MODEL OF FACTORS EFFECTING
MOTIVATION TO USE HI-SPEED INTERNET

สิริรักษ์ ขันผานูรักษ์¹ และพาสนา เอกอุดมพงษ์²
Sirirak Khanthanurak¹ and Passana Ekudompong²
^{1,2}อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
sirirak.k@rmuts.ac.th, and jom_naka@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 2) สร้างโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดตรัง จำนวน 400 คน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ วิธีสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ดังนี้ การแจกแจงความถี่ของข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย วิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม พบว่า ให้ความสำคัญระดับมาก ปัจจัยความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยคุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม ให้ความสำคัญในระดับมาก โมเดลสมการเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่พัฒนาขึ้นมีความเที่ยงตรง พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีค่า Chi - Square = 90.303 df = 106 Sig. = 0.862 > 0.05 และ CMIN/df. = 0.852 < 5.0 ถือว่าผ่านเกณฑ์ ตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ตัวแปรปัจจัยคุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ตัวแปรปัจจัยความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อการตัดสินใจใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สามารถอธิบายสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ร้อยละ 97.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: โมเดลเชิงสาเหตุ แรงจูงใจ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สมการโครงสร้าง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

This research aimed to 1) study the factors affecting the motivation to use Hi-Speed Internet and 2) develop the casual model of factors affecting the motivation to use Hi-Speed Internet. The samples in this study were 400 Internet users in Trang province. The sample size was determined by using Taro Yamane's table. The convenience sampling method was used in this study. The statistics tool used in this study was questionnaire. The statistics parameters used in this study were frequency, mean, standard deviation. The inferential statistics consist of the Structural Equation Model (SEM). The results showed that the customer focused on the marketing mix of Hi-Speed Internet at high level, the trust in service was at highest level and the quality of service was at high level. The structural equation model of the factors affecting the motivation to use Hi-Speed Internet developed in this study had high accuracy and good fit with the empirical data with Chi-square of 90.303, df of 106, sig of 0.862 > 0.05 and CMIN/df. of 0.852 < 5.0 which were acceptable. The marketing mix, quality of service and trust in service of Hi-Speed Internet had direct positive influences on the decision to use Hi-Speed Internet service and could explain

97.00% of structural equation model of the factors affecting the motivation to use Hi-Speed Internet at the statistical significance of 0.05.

Keywords: Causal Model; Motivation; Hi-Speed Internet; Structural Equation Model; Marketing mix for custome

1. บทนำ

อินเทอร์เน็ตถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญต่อโลกปัจจุบันยิ่ง เพราะในโลกยุคสมัยนี้เป็นยุคของการเร่งรีบ การใช้เทคโนโลยีจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถทำให้เราใช้ชีวิตได้ง่ายๆ และเพิ่มความสะดวกสบายกับชีวิต ในการใช้เทคโนโลยีของคนสมัยนี้เห็นได้ว่าเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อชีวิตเรามากขึ้นเรื่อยๆ หรืออาจจะพูดได้ว่าเทคโนโลยีอาจเป็นปัจจัยห้าที่เราต้องการในชีวิตก็เป็นได้ การใช้เทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เป็นที่นิยมมากของคนในยุคนี้ สาเหตุหลักอาจจะเป็นเพราะการใช้งานง่าย ใช้ระยะเวลาสั้นๆ อยู่ที่ไหนก็สามารถใช้งานได้โดยไม่เสียเวลา การใช้อินเทอร์เน็ตในการพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูล นอกจากนี้การใช้อินเทอร์เน็ตก็ยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถโฆษณาการขายสินค้าหรือการทำธุรกิจ การทำธุรกรรมต่างๆ เพิ่มขึ้น สอดรับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย (Thailand 4.0) [1] ซึ่งเป็นนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ของประเทศไทย ที่เน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value-Based Economy” หรือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม โดยมีฐานคิดคือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม โดยเฉพาะกลุ่มดิจิทัล พร้อมทั้งรัฐบาลสนับสนุนการเปิดเสรีด้านการให้บริการอินเทอร์เน็ต ช่วยเพิ่มจำนวนผู้ใช้งาน เนื่องจากผู้ประกอบการรายต่างๆ พากันแข่งขันด้านการให้บริการและราคาเป็นอย่างมาก อาทิ บริษัท ทริปเบิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน), บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน), บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์จากการแข่งขันดังกล่าว ซึ่งแนวโน้มของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตคงมุ่งไปที่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จะมีความเร็วตั้งแต่ 256,000 บิตต่อวินาที จนถึง 10 ล้านบิตต่อวินาที ขึ้นอยู่กับบริการที่เราเรียกใช้และเริ่มมีในท้องถิ่นนั้นๆ ผ่าน ADSL [2] หรือระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านสายใยแก้วนำแสง [3] นอกจากนั้นแนวโน้มการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตก็รูปแบบหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างเห็นได้ชัด และมีปริมาณความต้องการเพิ่มสูงอย่างต่อเนื่อง คือ การใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Internet) อย่างไรก็ตามการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีหลายช่องทาง โดยงานวิจัยครั้งนี้ได้มุ่งเน้นการดำเนินการศึกษาปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปช่วยวางแผนขยายการให้บริการให้เหมาะสมกับผู้ให้บริการแต่ละกลุ่ม

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

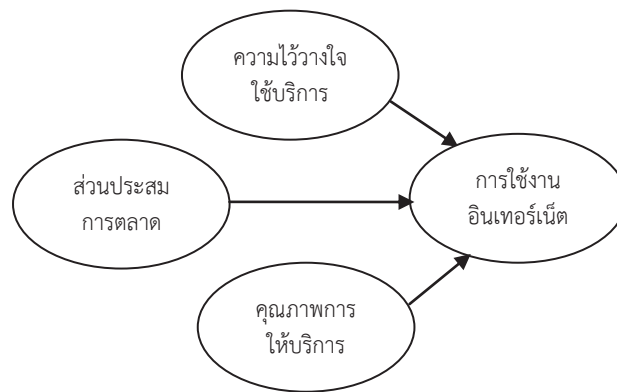
- 2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
- 2.2 เพื่อสร้างโมเดลเชิงสาเหตุที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

3. สมมติฐานงานวิจัย

โมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิด โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ความไว้วางใจใช้บริการ ส่วนประสมการตลาด คุณภาพการให้บริการ ส่งผลในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

5.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้คือผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในจังหวัดตรัง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 400 คน ได้จากตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ [4] โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95% ในการวิจัยครั้งนี้ได้มาด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก โดยกลุ่มตัวอย่าง เป็นชาย 206 คน หญิง 194 คน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 18 – 25 ปี

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.2.1 แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านแล้ว

5.2.2 แบบสอบถามใช้สถิติค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) [5] โดยมีการแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

ช่วงค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ตามแนวคิดของครอนบาค (Cronbach Alpha Formula) [6] จำนวน 40 ตัวอย่าง ทดสอบความน่าเชื่อถือเครื่องมือว่ามีความเชื่อถือในระดับสูงมีค่าการทดสอบที่ 0.947

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ในช่วงเวลาตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2559 ถึง เดือน สิงหาคม 2559

5.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) มีการใช้สถิติในการวิเคราะห์ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ของข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย วิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลการวิจัย กับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) ความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล ประมวลผลข้อมูลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

6. ผลการวิจัย

6.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

สิริรักษ์ ชันฒานุรักษ์ และพาสนา เอกอุดมพงษ์
วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม ปีที่ 16 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2560

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า
ด้านกระบวนการให้บริการ (PROCE)	4.27	0.64	มาก
ด้านสถานที่ (PLACE)	4.24	0.64	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (PROMO)	4.20	0.67	มาก
ด้านบุคลากร (PEOP)	4.23	0.61	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (PROD)	4.13	0.61	มาก
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (PHYS)	4.10	0.74	มาก
ด้านราคา (PRICE)	4.04	0.76	มาก
ภาพรวม	4.17	0.52	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ในรายด้าน ให้ความสำคัญระดับมากใน ด้านกระบวนการให้บริการ รองลงมา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และ ด้านราคา ตามลำดับ

6.2 ความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม

ความไว้วางใจในการใช้บริการ	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า
ด้านการใช้งานได้ง่าย (USAB)	4.56	0.53	มากที่สุด
ด้านความมั่นคงปลอดภัย (SECU)	4.53	0.52	มากที่สุด
ด้านความเป็นส่วนตัว (PRIV)	4.49	0.52	มาก
ด้านการออกแบบใช้งาน (DESI)	4.47	0.52	มาก
ภาพรวม	4.51	0.47	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ ความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 ในรายด้าน ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ด้านการใช้งานได้ง่าย รองลงมา ด้านความมั่นคงปลอดภัย และ ระดับมาก ด้านความเป็นส่วนตัว รองลงมา ด้านการออกแบบใช้งาน ตามลำดับ

6.3 คุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม

คุณภาพในการใช้บริการ	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า
ด้านการบริการที่เอาใจใส่ (EMPA)	4.40	0.60	มาก
ด้านการมุ่งมั่นเต็มใจให้บริการ (RESP)	4.38	0.64	มาก
ด้านการบริการที่เชื่อมั่น (ASSU)	4.38	0.60	มาก
ด้านการบริการที่ไว้วางใจได้ (RELI)	4.34	0.63	มาก
ด้านการบริการที่จับต้องได้ (TRNG)	4.32	0.59	มาก
ภาพรวม	4.36	0.52	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ คุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ในรายด้าน ให้ความสำคัญระดับมาก ในด้านการบริการที่เอาใจใส่ รองลงมา ด้านการบริการที่เชื่อมั่น ด้านการมุ่งมั่นเต็มใจให้บริการ ด้านการบริการที่ไว้วางใจได้ และ ด้านการบริการที่จับต้องได้ ตามลำดับ

6.4 การตัดสินใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

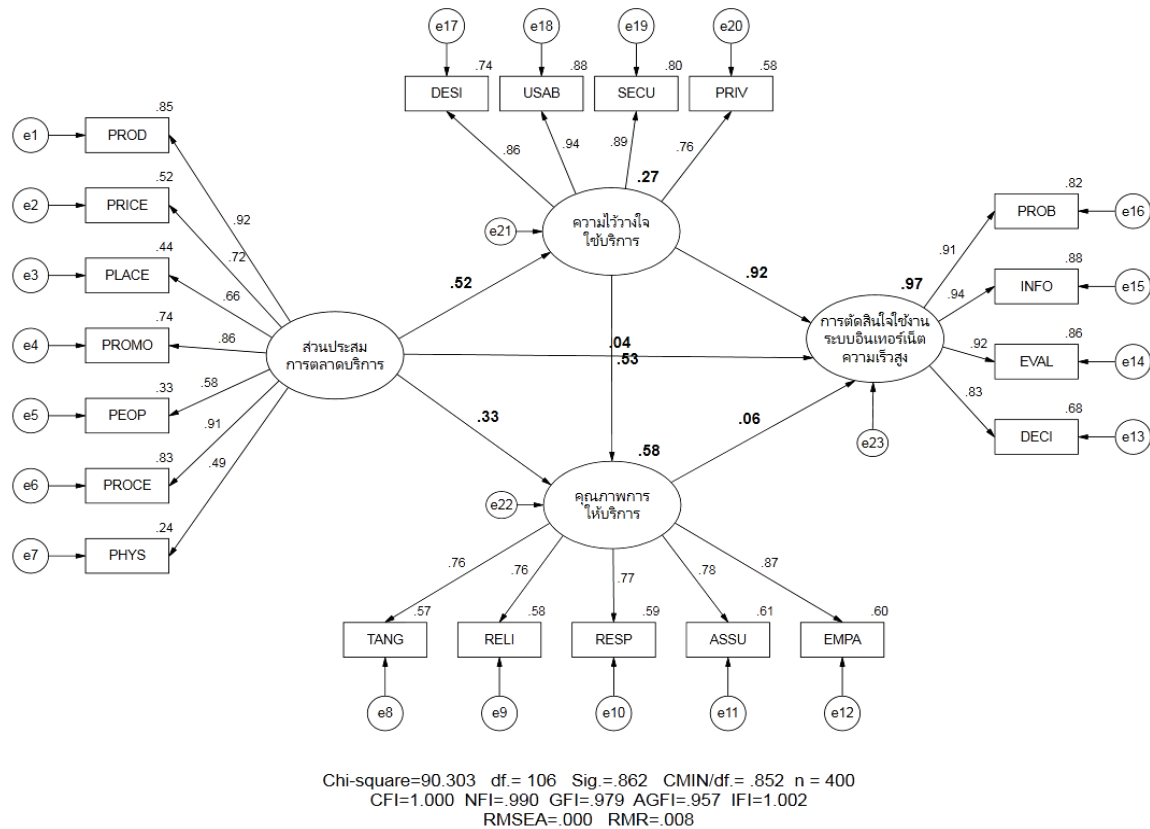
ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน กระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม

การตัดสินใจใช้งาน	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า
ด้านการตัดสินใจซื้อ (DECI)	4.57	0.54	มากที่สุด
ด้านการประเมินผลทางเลือก (EVAL)	4.55	0.50	มากที่สุด
ด้านการรับรู้ปัญหา (PROB)	4.53	0.52	มากที่สุด
ด้านแหล่งข้อมูลสำหรับผู้บริโภค (INFO)	4.52	0.54	มากที่สุด
ภาพรวม	4.54	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ กระบวนการตัดสินใจการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม พบว่า มีกระบวนการตัดสินใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48 ในรายด้าน มีการตัดสินใจระดับมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อ รองลงมา ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านแหล่งข้อมูลสำหรับผู้บริโภค และ ด้านการรับรู้ปัญหาตามลำดับ

6.5 การวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังในรูปที่ 2 และตารางที่ 5



รูปที่ 2 โมเดลสมการเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

โดยค่า e คือ ตัวแปรแสดงความคลาดเคลื่อนในการวัด (Measurement error) ของตัวแปรบ่งชี้หรือสังเกตได้ ในที่นี้คือ e1,e2,...,e20

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุแบบจำลองปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ตัวแปร (คู่ความสัมพันธ์)		λ	SE.	t-value	Sig.	R ²
ความไว้วางใจใช้บริการ	<-- ส่วนประสมการตลาดบริการ	0.52	0.06	11.15	0.000**	27.00%
คุณภาพการให้บริการ	<-- ส่วนประสมการตลาดบริการ	0.33	0.06	7.37	0.000**	58.00%
คุณภาพการให้บริการ	<-- ความไว้วางใจใช้บริการ	0.53	0.06	9.68	0.000**	58.00%
การใช้งาน	<-- ความไว้วางใจใช้บริการ	0.92	0.03	28.36	0.000**	97.00%
การใช้งาน	<-- คุณภาพการให้บริการ	0.06	0.03	2.38	0.017*	97.00%
การใช้งาน	<-- ส่วนประสมการตลาดบริการ	0.04	0.02	2.34	0.019*	97.00%

** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากรูปที่ 2 และตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของโมเดลสมการโครงสร้าง [5] พบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่พัฒนาขึ้นมีความเที่ยงตรง พบว่า มีความสอดคล้อง

กับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดีโดยมีค่า $\chi^2 = 90.303$ $df = 106$ $Sig. = 0.862 > 0.05$ และ $CMIN/df. = 0.852 < 5.0$ ผลการวิเคราะห์จากการปรับโมเดล พบว่า ตัวนี้ จำนวน 7 ตัว มีความสอดคล้องและค่าสถิติเหล่านี้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ทั้ง 7 ตัวนี้ แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์ทดสอบโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงโดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐาน ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่จะบ่งบอกอิทธิพลของตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 และนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นำมาสรุปผลการทดสอบเป็นรายด้านดังนี้

6.5.1 ตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่า มีอิทธิพลต่อการอธิบายแบบจำลองโครงสร้างปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยมีอิทธิพลทางตรง จำนวน 3 ด้าน และมีอิทธิพลทางอ้อม 3 ด้าน ได้แก่

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.04 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.02 มีค่า t value เท่ากับ 2.34 และ ค่า $p. = 0.019 < 0.05$ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถอธิบายสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ร้อยละ 97.00 ($R^2 = 0.97$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.52 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.06 มีค่า t value เท่ากับ 11.15 และ ค่า $p. = 0.000 < 0.001$ โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถอธิบายอิทธิพลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ร้อยละ 27.00 ($R^2 = 0.27$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.33 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.06 มีค่า t value เท่ากับ 7.37 และ ค่า $p. = 0.000 < 0.001$ โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถอธิบายอิทธิพลต่อคุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ได้ร้อยละ 58.00 ($R^2 = 0.58$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้โดยผ่านมาจากด้านความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐานรวม เท่ากับ 0.48 (0.52×0.92)

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้โดยผ่านมาจากด้านคุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐานรวม เท่ากับ 0.02 (0.33×0.06)

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้โดยผ่านมาจากด้าน ความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 0.28 (0.52×0.53) ไปยังด้านคุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 0.03 (0.53×0.06) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐานรวม เท่ากับ 0.31 ($0.28 + 0.03$)

6.5.2 ตัวแปรปัจจัยความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่า มีอิทธิพลต่อการอธิบายแบบจำลองโครงสร้างปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยมีอิทธิพลทางตรง จำนวน 2 ด้าน และมีอิทธิพลทางอ้อม 1 ด้าน ได้แก่

ด้านปัจจัยความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.92 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.03 มีค่า t value เท่ากับ 28.36 และ ค่า $p. = 0.000 < 0.001$ และปัจจัยความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถอธิบายสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ร้อยละ 97.00 ($R^2 = 0.97$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านปัจจัยความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.53 ค่าความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.06 มีค่า t value เท่ากับ 9.68 และ ค่า p. = 0.000 < 0.001 โดยความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถอธิบายอิทธิพลต่อคุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ร้อยละ 58.00 ($R^2 = 0.58$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

ด้านปัจจัยความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้โดยผ่านมาจากด้านคุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐานรวม เท่ากับ 0.03 (0.53×0.06)

6.5.3 ตัวแปรปัจจัยคุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่า มีอิทธิพลต่อการอธิบายแบบจำลองโครงสร้างปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยมีอิทธิพลทางตรง จำนวน 1 ด้าน ได้แก่

ด้านปัจจัยคุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.06 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.03 มีค่า t value เท่ากับ 2.38 และ ค่า p. = 0.017 < 0.05 และปัจจัยคุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถอธิบายสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ร้อยละ 97.00 ($R^2 = 0.97$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

7. สรุปและอภิปรายผล

7.1 สรุปผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาสรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้

7.1.1 จากผลการวิจัยตัวแปรปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ด้านการตัดสินใจใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สรุปผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม พบว่า ให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55

ปัจจัยความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47

ปัจจัยคุณภาพในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52

ด้านกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในภาพรวม มีกระบวนการตัดสินใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48

7.1.2 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างแบบจำลอง ปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงพบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี จึงกล่าวสรุปได้ว่าตัวแปรในโมเดลแบบจำลองปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ประกอบด้วย ตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ตัวแปรคุณภาพในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และตัวแปร ความไว้วางใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และตัวแปรตามการตัดสินใจใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง นั้นมีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์การกำหนดค่าซึ่งแสดงว่าโมเดลในการวัดนี้มีความเที่ยงตรง (Validity) หรือ OK Fit Confirm

7.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

7.2.1 จากผลวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีความสำคัญระดับมาก โดยสูงสุดในด้านกระบวนการให้บริการ รองลงมา ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และ ระดับมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ด้านราคา ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิด Philip Kotler [7] ที่กล่าวว่าส่วนผสมทางการตลาดบริการเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในแนวคิดทางการตลาดแบบใหม่ เป็นตัวแปรที่บริษัทสามารถควบคุมได้ ซึ่งนำมาใช้เพื่อเป็นตัวกระตุ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยความไว้วางใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยสูงสุดด้านการออกแบบใช้งาน รองลงมา ด้านความมั่นคงปลอดภัย ด้านความเป็นส่วนตัว และ

ด้านการใช้งานได้ง่าย ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิด Dietz, G., Hartog, D. & Deanne N. [8] ที่กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นความเชื่อมั่นและความเชื่อถือของบุคคลที่มีต่อองค์กรที่ให้บริการ และปัจจัยคุณภาพในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยสูงสุดด้านการบริการที่เอาใจใส่ รองลงมา ด้านการบริการที่เชื่อมั่น ด้านการมุ่งมั่นเต็มที่ให้บริการ ด้านการบริการที่ไว้วางใจได้ และด้านการบริการที่จับต้องได้ ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry [9] ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ เป็นเรื่องของการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวมส่งผลต่อมิติของการรับรู้ และผลวิจัยพบว่าผู้ให้บริการมีกระบวนการตัดสินใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สูงสุดด้านการตัดสินใจซื้อ รองลงมา ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านแหล่งข้อมูลสำหรับผู้บริโภค และ ด้านการรับรู้ปัญหา ตามลำดับ ผลการตรวจสอบการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลแบบจำลองปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ประกอบด้วย ตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ตัวแปรคุณภาพในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และตัวแปรความไว้วางใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และตัวแปรตามการตัดสินใจใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเงื่อนไขในระดับการยอมรับทางสถิติ โดยผลการทดสอบทุกตัวแปรเป็นไปตามเกณฑ์ สามารถนำเข้าโมเดลความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มากสุดโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.52 รองลงมา มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.33 และมีอิทธิพลต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.04 ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิดของ คอตเลอร์ ฟิลลิป [10] เสรี วงษ์มณฑา [11] และ อุดลย์ จาตุรงค์กุล [12] ที่กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ทำการคัดเลือกตลาดเป้าหมายการตั้งวัตถุประสงค์และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภค นอกจากนี้งานวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้โดยผ่านมาจากด้านความไว้วางใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีค่าสัมประสิทธิ์รวมเท่ากับ 0.48 ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้โดยผ่านมาจากด้านคุณภาพในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีค่าสัมประสิทธิ์รวมเท่ากับ 0.02 และผ่านมาจากด้านความไว้วางใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ไปยังด้านคุณภาพในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีค่าสัมประสิทธิ์รวมเท่ากับ 0.31 ในตัวแปรปัจจัยความไว้วางใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.92 รองลงมา มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.53 และมีอิทธิพลทางอ้อมโดยด้านปัจจัยความไว้วางใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้โดยผ่านมาจากด้านคุณภาพในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีค่าสัมประสิทธิ์รวม เท่ากับ 0.03 และปัจจัยคุณภาพในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.06 สอดคล้องกับแนวคิด ศิริวรรณ เสรีรัตน์ [13] ที่กล่าวว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้

8.1.1 จากผลวิจัยปัจจัยความไว้วางใจในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อคุณภาพในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับ ระบบการให้บริการมีความน่าเชื่อถือ ระบบการให้บริการตามมาตรฐานสากล มีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลการรับรองความปลอดภัยทางอิเล็กทรอนิกส์ระบบกระบวนการป้องกันข้อมูลที่เป็นส่วนตัวและมีเมนูและระบบนำทางในการเข้าใช้งานที่หลากหลายตลอดจนการแนะนำวิธีการในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ควรมีระบบการให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมากยิ่งขึ้น ควรมีระบบความเป็นส่วนตัวในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ตลอดจนมีการรับรองความปลอดภัยทางอิเล็กทรอนิกส์ มีระบบการชำระเงินที่และปลอดภัยความถูกต้องของข้อมูลในการให้บริการความเป็นส่วนตัวในการให้บริการและมีระบบกระบวนการป้องกันข้อมูลที่เป็นส่วนตัว

8.1.2 จากผลวิจัยปัจจัยคุณภาพในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ควรให้ความสำคัญในการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่รวดเร็วในการให้บริการโดยนำเทคโนโลยีการรับส่งข้อมูลที่รวดเร็ว มีรูปแบบการให้หลากหลาย มีการนำเสนอเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการให้บริการโดยมีความสะดวกในการติดตั้งและใช้งาน การพัฒนาคุณภาพสัญญาณโครงข่ายพื้นที่การให้บริการได้อย่างครอบคลุม เป็นต้น

8.1.3 จากผลวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอิทธิพลต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ดังนั้นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงควรให้ความสำคัญในการออกแบบใช้งานทันสมัย มีการนำเสนอฟังก์ชันการใช้งานที่สะดวกและมีการออกแบบการใช้งานที่สอดคล้องกับยุคดิจิทัล มีระบบมีความพร้อมในการใช้งานสามารถใช้งานได้ในเวลาที่ต้องการ ในด้านราคาควรมีหลากหลายรูปแบบราคาและสปีดความเร็วให้เลือกใช้บริการและมีราคาที่เหมาะสมกับรูปแบบการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

8.1.4 จากผลงานวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ด้านกระบวนการให้บริการมีความสำคัญสูงสุด ดังนั้นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงควรให้ความสำคัญในกระบวนการให้บริการได้อย่างครอบคลุมความต้องการ การติดต่อให้บริการได้อย่างรวดเร็วสามารถตอบสนองความต้องการใช้บริการได้ทันทีและควรมีระบบกระบวนการให้บริการที่สร้างความมั่นใจและความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการมากยิ่งขึ้นในด้านพนักงานควรมีความสามารถในการให้คำแนะนำในการให้บริการได้อย่างดี พนักงานมีความกระตือรือร้นให้บริการ พนักงานมีทักษะในการให้บริการที่ดี

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง” โดยงานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย งบประมาณปี 2559 คณะผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] Suvit Maesincee. May 2, 2016. Unlock "Thailand 4.0" create a new economy, Overcome the middle income obstacles. **Thairath**. Retrieved May 29, 2016, from <http://www.thairath.co.th/content/613903>
- [2] Pongsak Kongsub. 2009. **Factor Affecting The Selection of ADSL Internet Service Provider in Bangkok Area**. A Thesis of Master of Science Department of Telecommunications Management Graduate School, Dhurakij Pundit University.
- [3] Somboon Theerawisitpong. 2012. **Fiber optic communication**. Bangkok: Se-Education.
- [4] Yamane, T. 1973. **Statistic: An Introductory Analysis**. 3 rd ed. New York: Harper and Row.
- [5] Phusanisa Yoongtong Phadungchai Pupat and Tiwat Maneechote. 2013. Development of Causal Model of Classroom Research Competency of Teachers under The Office of Vocational Education Commission. **Journal of Industrial Education**, 12(3), pp. 47-54.
- [6] Cronbach, Lee J. (1970). **Essentials of Psychological Testing**. New York: Harper and Row Publishers.
- [7] Kotler, P. 2000. **Marketing Management**. Upper Saddle River NJ: Prentice Hall.
- [8] Dietz, G., Hartog, D. & Deanne N. 2006. Measuring trust inside organizations. **Personnel Review**, 35(5), pp. 557-588
- [9] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1985, Fall. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing**, 49, pp. 41 - 50.
- [10] Kotler, P. 2003. **Marketing management**. Thanawan Sangsuwan, et al. Bangkok: Pearson Education Indochina.
- [11] Seri Wongmontha. 1999. **Marketing Strategy: Marketing Planning Process**. Bangkok: Theera Film & Scitex.
- [12] Adul Jaturongkul. 2000. **Marketing Strategy**. Bangkok: Thammasat University.
- [13] Siriwan Sareerat, et al. 2001. **Principle of Marketing**. Bangkok: Theera Film & Scitex.