บทที่ 4
ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง " ระดับการใช้อินเทอร์เน็ต ลูกค้าชุมสายโทรศัพท์งามวงศ์วาน " ของบริษัท ทีโอทีจำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาในพื้นที่ ชุมสายโทรศัพท์งามวงศ์วาน สามารถนำเสนอผลได้ดังนี้

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมระดับการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet)

4.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet)

4.4 การทดสอบสมมุติฐาน

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการตอบแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง "ระดับการใช้อินเทอร์เน็ตกลุ่มลูกค้าชุมสายโทรศัพท์งามวงศ์วาน" ของบริษัท ทีโอทีจำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาในพื้นที่ชุมสายโทรศัพท์งามวงศ์วาน จำนวน 400 คน รายระเอียดปรากฏตามตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของประชากร

คุณลักษณะประชากร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	219	54.8
1.2 หญิง	181	45.2
รวมทั้งสิ้น	400	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

คุณลักษณะประชากร	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 19 ปี	35	8.8
2.2 20 – 30 ปี	108	27
2.3 31 – 40 ปี	122	30.5
2.4 41 – 50 ปี	104	26
2.5 51 ปีขึ้นไป	31	7.7
รวมทั้งสิ้น	400	100
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	106	26.5
3.2 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	256	64
3..3 ปริญญาโท	38	9.5
3.4 ปริญญาเอก	-	-
รวมทั้งสิ้น	400	100
4. อาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่		
4.1 เจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหาร	17	4.3
4.2 พนักงานบริษัทเอกชน	154	38.5
4.3 นักศึกษาระดับอุดมศึกษา/นักเรียน	42	10.5
4.4 พนักงานภาครัฐ	143	35.7
4.5 อื่นๆ	44	11
รวมทั้งสิ้น	400	100
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
5.1 น้อยกว่า 10,000 บาท	90	22.5
5.2 10,000 – 20,000 บาท	92	23
5.3 20,001 – 30,000 บาท	91	22.7
5.4 30,001 – 40,000 บาท	85	21.3
5.5 มากกว่า 40,000 บาท	42	10.5
รวมทั้งสิ้น	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ส่วนมากเป็นเพศชาย จำนวน 219 คน หรือ คิดเป็นร้อยละ 54.8 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 122 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 30.5 อยู่ระหว่างระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 256 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 64 อาชีพ/ตำแหน่งหน้าที่ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน154 คนหรือคิดเป็นร้อยละ38.5 และ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 92 คนคิดเป็นร้อยละ 23

4.2 พฤติกรรมระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet)

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของกลุ่มลูกค้าของชุมสายโทรศัพท์งามวงศ์วาน รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 4.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำแนกตามการระดับการใช้บริการ และระดับความรู้การใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
1. ความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูง		
1.1 56 Kbps – 1 Mbps	27	6.8
1.2 1 Mbps – 2 Mbps	206	51.5
1.3 3 Mbps – 10 Mbps	156	39
1.4 มากกว่า 10 Mbps	11	2.7
รวมทั้งสิ้น	400	100
2. สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet)		
2.1 สถานที่ทำงาน	153	38.3
2.2 ที่อยู่อาศัย	227	56.7
2.3 สถาบันการศึกษา / โรงเรียน	15	3.7
2.4 ร้านอินเทอร์เน็ตทั่วไป	5	1.3
รวมทั้งสิ้น	400	100

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
3. ปัจจัยที่ท่านเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง		
3.1 ใช้ในการประกอบธุรกิจ	47	11.7
3.2 ใช้ประกอบการศึกษาในการค้นคว้าหาข้อมูล	223	55.7
3.3 ใช้เพื่อความบันเทิงด้านต่างๆ	73	18.3
3.4 ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารภายในครอบครัวและ เพื่อน	57	14.3
รวมทั้งสิ้น	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่าพฤติกรรมมีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High Speed Internet) ของลูกค้าชุมสายโทรศัพท์งามวงศ์วานส่วนใหญ่มีดังนี้

1) การใช้บริการความเร็ว 1 Mbps-2 Mbps มีจำนวน 206 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ 3 Mbps – 10 Mps มีจำนวน 156 คน หรือคิดเป็น ร้อยละ 39

2) การให้บริการสถานที่ใช้งาน ที่อยู่อาศัย มีจำนวน 227 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ สถานที่ทำงานมีจำนวน 153 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 38.3

3) การใช้บริการ ปัจจัยที่ท่านเลือกประกอบการศึกษาในการค้นคว้าหาข้อมูลมีจำนวน 223 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมาคือ ใช้เพื่อความบันเทิงด้านต่างๆ มีจำนวน 73 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.3

ตารางที่ 4.3 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ระดับความรู้การใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
4. ระดับความรู้การใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	3.64	.74	มาก
1) ท่านรู้จักและเคยใช้บริการเสริมจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet)	3.83	.86	มาก
2) ท่านทราบว่าอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีคุณสมบัติในการให้บริการเสริมเช่น การสนทนาระหว่างผู้ใช้งาน (Net Phone) การสื่อสารผ่านกล้องวิดีโอ (Video Conference) หรือ Web Cam เป็นต้น	3.76	.86	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
3) ท่านทราบว่าอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีความสามารถในการใช้สนทนาผ่านอินเทอร์เน็ตโปรโตคอล (VOIP) ระหว่างผู้ใช้งานได้ทั่วโลกและ ยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายโทรศัพท์	3.73	.88	มาก
4) ท่านทราบว่าการติดต่อสื่อสารผ่าน VOIP ผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถให้คุณภาพเสียงที่ดีและชัดเจน	3.56	.95	มาก
5) ท่านทราบว่าการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตโปรโตคอล (VOIP) จะต้องใช้งานผ่านโปรแกรมต่างๆ เช่น Skype หรือ MSN	3.54	.97	มาก
6) ท่านจะใช้การติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตโปรโตคอล (VOIP) เมื่อท่านได้ทดลองใช้และเห็นผลแล้ว	3.57	.95	มาก
7) ท่านจะนำการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตโปรโตคอล (VOIP) มาใช้เป็นเครื่องมือประกอบการปฏิบัติงาน	3.58	.95	มาก
8) ท่านจะใช้การติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตโปรโตคอล (VOIP) ถึงแม้ว่ายังไม่ชำนาญในการใช้งาน (VOIP)	3.53	.95	มาก
9) ท่านจะนำความสามารถในการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตโปรโตคอล (VOIP) มาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ด้านต่างๆ เช่น ประหยัดค่าใช้จ่าย	3.69	.91	มาก
10) ท่านแนะนำเพื่อนร่วมงานถึงประโยนช์การใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เนตโปรโตคอล VOIP	3.63	.96	มาก

4) ระดับความรู้การใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงพบว่าจัดอยู่ในปัจจัยที่มีผลต่อระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High Speed Internet) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.64 มีความรู้การใช้บริการอินเทอร์เน็ต

4.3 ข้อมูล ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet)

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 4.3 - 4.7 ดังนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.90	.69	มาก
1) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.99	.74	มาก
2) โครงข่ายที่มีประสิทธิภาพและสามารถให้บริการได้ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่วประเทศ	4.02	.79	มาก
3) เชื่อมั่นในความปลอดภัยของการรับและส่งข้อมูลข่าวสาร	3.95	.81	มาก
4) อัตราความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล	3.86	.81	มาก
5) ความสามารถในการใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง	3.86	.85	มาก
6) ความรวดเร็วในการเชื่อมต่อเข้าระบบ	3.85	.84	มาก
7) ความมีเสถียรภาพของสัญญาณความเร็ว	3.85	.87	มาก
8) ขั้นตอนการขอใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.90	.84	มาก
9) ความรวดเร็วในการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงตามที่ลูกค้าขอใช้บริการ	3.84	.85	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่าจัดอยู่ในปัจจัยที่มีผลต่อระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) จำแนกตามผลิตภัณฑ์ส่วนมากจัดอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นย่อยพบว่า โครงข่ายที่มีประสิทธิภาพและสามารถให้บริการได้ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่วประเทศ อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมาคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.99

ตารางที่ 4.5 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำแนกตามด้านราคา

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านราคา	3.60	.79	มาก
1) ค่าบริการแรกเข้าสูงเหมาะสม	3.61	.89	มาก
2) ค่าใช้จ่ายรายเดือนเหมาะสม	3.66	.87	มาก
3) ค่าเช่าอุปกรณ์โมเด็ม	3.52	.94	มาก
4) โอกาสในการตรวจสอบความถูกต้องของค่าบริการ	3.59	.90	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) จำแนกด้านราคาส่วนมากอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นย่อย พบว่าค่าใช้จ่ายรายเดือนเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมาคือ ค่าบริการแรกเข้าสูงเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.61

ตารางที่ 4.6 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำแนกตามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.72	.81	มาก
1)ผู้ให้บริการมีการให้ลูกค้าทดลองคุณภาพของบริการเสริมต่างๆ ก่อนตัดสินใจใช้บริการ	3.65	.96	มาก
2)พนักงานที่มีความชำนาญในการตอบคำถามและข้อสงสัยต่างๆ ของลูกค้าเกี่ยวกับบริการเสริมต่างๆ ที่สามารถใช้บริการร่วมกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	3.77	.88	มาก
3) มีการให้บริการผ่านตัวแทนจำหน่ายเพียงพอ	3.70	.90	มาก
4)มีสำนักงานบริการลูกค้าเพียงพอ	3.80	.88	มาก
5)มีการให้บริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.70	.92	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) จำแนกด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนมากอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า มีสำนักงานบริการลูกค้าเพียงพอจัดอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาคือ พนักงานที่มีความชำนาญในการตอบคำถามและข้อสงสัยต่างๆ ของลูกค้าเกี่ยวกับบริการเสริมต่างๆ ที่สามารถใช้บริการร่วมกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.77

ตารางที่ 4.7 แสดง ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำแนกด้านการส่งเสริมการตลาด

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.76	.79	มาก
1) การจัดอุปกรณ์โมเด็มให้กับลูกค้าโดยไม่คิดค่าบริการ	3.90	.92	มาก
2) การโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ ให้ผู้ใช้บริการทราบเกี่ยวกับบริการเสริมต่างๆ ที่สามารถใช้งานได้เช่น การสนทนาผ่านอินเทอร์เนตโปรโตคอล (VOIP), Web Cam หรือ Video Conference	3.75	.96	มาก
3) ลูกค้าที่ใช้บริการจะได้รับสิทธิพิเศษ หรืออัตราค่าบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่มีค่าใช้บริการสูง	3.65	.89	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) จำแนกด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนมากอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.76 เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า การจัดอุปกรณ์โมเด็มให้กับลูกค้าโดยไม่คิดค่าบริการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.90

ตารางที่ 4.8 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านภาพรวม

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
ภาพรวม	3.75	.63	มาก
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.90	.69	มาก
2. ด้านราคา	3.60	.79	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.72	.81	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.76	.79	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.75 เมื่อพิจารณาพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ย 3.75 เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.76

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์หาความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เพื่อจะได้ทราบว่าตัวแปรอิสระใดมีผลต่อความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรสองกลุ่ม (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ดังรายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 4.8-4.15ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกันมีผลกระทบต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้าน จำแนกตามเพศ

แหล่งความแปรปรวน	$\overline{X}$	S.D.	t	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์				
ชาย	3.95	0.72	1.649	0.076
หญิง	3.84	0.64		
ด้านราคา				
ชาย	3.58	0.80	-0.309	0.567
หญิง	3.60	0.77		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
ชาย	3.72	0.82	0.017	0.532
หญิง	3.72	0.79		
ด้านการส่งเสริมการตลาด				
ชาย	3.74	0.80	-0.476	0.779
หญิง	3.78	0.76		
ภาพรวม				
ชาย	3.75	0.67	0.207	0.061
หญิง	3.74	0.58		

*นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกันซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้า ที่มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้าน จำแนกอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.252	4	0.563	1.186	0.317
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	187.571	395	0.475		
รวม	189.823	399			
ด้านราคา					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.546	4	0.636	1.021	0.396
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	246.329	395	0.624		
รวม	248.875	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.995	4	0.999	1.527	0.194
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	258.405	395	0.654		
รวม	262.400	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.486	4	0.622	1.005	0.405
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	224.358	395	0.619		
รวม	246.844	399			

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
ภาพรวม					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.069	4	0.517	1.289	0.274
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	158.530	395	0.401		
รวม	160.599	399			

*นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุต่างกัน มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า อายุต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีผลต่อ ปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet)ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.183	2	1.591	3.385	0.035*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	186.640	397	0.470		
รวม	189.823	399			
ด้านราคา					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.325	2	0.662	1.062	0.347
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	247.550	397	0.624		
รวม	248.875	399			

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	10.495	2	5.247	8.270	0.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	251.905	397	0.635		
รวม	262.400	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	0.925	2	0.462	0.747	0.475
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	245.919	397	0.619		
รวม	246.844	399			
ภาพรวม					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.80	2	1.404	3.533	0.030*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	157.791	397	0.397		
รวม	160.599	399			

*นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ส่วนมากแตกต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมแตกต่างกัน ยกเว้น ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นของลูกค้า ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมผู้วิจัยจึงนำไปทดสอบตามวิธีของ LSD เพื่อหาความแตกต่างของความคิดของลูกค้า ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.12 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	(1)	(2)	(3)
ด้านผลิตภัณฑ์				
(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.79	-	-0.183*	0.016
(2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.97		-	0.197
(3) ปริญญาโท	3.77			-
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.70	-	-0.082	0.463*
(2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.80		-	-0.561*
(3) ปริญญาโท	3.24			-
ด้านภาพรวม				
(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.70	-	-0.094	0.182
(2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.79		-	0.277*
(3) ปริญญาโท	3.52			-

จากตารางที่ 4.12 เมื่อพิจารณาความแตกต่างความคิดเห็นของลูกค้า พบว่า ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า($\bar{X}$ =3.79) มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากปัจจัยในภาพรวมมากกว่า ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี($\bar{X}$ =3.70)

สำหรับด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ($\bar{X}$ =3.97) มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet)มากกว่า ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X}$ =3.79) และระดับการศึกษา ปริญญาโท ($\bar{X}$ =3.77)

สำหรับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ($\bar{X}$ =3.80) มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) มากกว่า ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X}$ =3.70) และระดับการศึกษา ปริญญาโท ($\bar{X}$ =3.24)

สมมติฐานที่ 4 อาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่ แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet)ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 แสดงการเปรียบเทียบของลูกค้าที่มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมและรายด้าน ทั้ง 4 ด้าน จำแนก ตาม อาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	9.177	4	2.294	5.016	0.001*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	180.647	395	0.457		
รวม	189.823	399			
ด้านราคา					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.581	4	0.645	1.035	0.389
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	246.294	395	0.624		
รวม	248.875	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	8.830	4	2.207	3.439	0.009*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	253.570	395	0.642		
รวม	262.400	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	9.338	4	2.334	3.883	0.004*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	237.506	395	0.601		
รวม	246.844	399			
ภาพรวม					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	6.876	4	1.719	4.417	0.002*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	153.723	395			
รวม	160.599	399			

*นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบสมติฐาน พบว่า ตาม อาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ส่วนมากแตกต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นด้านราคา ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ตาม อาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ภาพรวม แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านราคา ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นของลูกค้า อาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และภาพรวมผู้วิจัยจึงนำไปทดสอบตามวิธีของ LSD เพื่อหาความแตกต่างของความคิดของลูกค้า ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย และด้านภาพรวม จำแนกตาม อาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่

แหล่งความแปรปรวน **อาชีพ**	$\bar{X}$	**(1)**	**(2)**	**(3)**	**(4)**	**(5)**
<u>ด้านผลิตภัณฑ์</u>						
1) เจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหาร	4.45		0.487*	0.491*	0.633*	0.778*
2) พนักงานบริษัทเอกชน	3.97		-	0.004	0.146	0.290*
3) นักศึกษาระดับอุดมศึกษา/นักเรียน	3.96			-	0.142	0.286
4) พนักงานภาครัฐ	3.82				-	0.144
5) อื่นๆ	3.68					-

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

แหล่งความแปรปรวน อาชีพ	$\bar{X}$	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
1) เจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหาร	4.21		0.389	0.478*	0.590*	0.689*
2) พนักงานบริษัทเอกชน	3.82		-	0.088	0.201*	0.299*
3) นักศึกษาระดับอุดมศึกษา/นักเรียน	3.73			-	0.112	0.216
4) พนักงานภาครัฐ	3.62				-	0.983
5) อื่นๆ	3.52					-
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
1) เจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหาร	4.21		0.380	0.414	0.486*	0.783*
2) พนักงานบริษัทเอกชน	3.83		-	0.033	0.105	0.403*
3) นักศึกษาระดับอุดมศึกษา / นักเรียน	3.80			-	0.072	0.369*
4) พนักงานภาครัฐ	3.73				-	0.297*
5) อื่นๆ	3.43					-
ภาพรวม						
1) เจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหาร	4.18		0.373*	0.405*	0.506*	0.664*
2) พนักงานบริษัทเอกชน	3.81		-	0.031	0.133	0.291*
3) นักศึกษาระดับอุดมศึกษา / นักเรียน	3.78			-	0.121	0.259
4) พนักงานภาครัฐ	3.68				-	0.158
5) อื่นๆ	3.52					-

*นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 เมื่อพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นของลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่ เจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหาร($\bar{X}$ =4.18) มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจาก

ปัจจัยในภาพรวมมากกว่าลูกค้าที่มี อาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่ พนักงานบริษัทเอกชน ($\overline{X}$ =3.81) และนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ($\overline{X}$ =3.78) พนักงานภาครัฐ ($\overline{X}$ =3.68) และอื่นๆ ($\overline{X}$ =3.52)

สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่ เจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหาร ($\overline{X}$ =4.45) มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากปัจจัยในภาพผลิตภัณฑ์มากกว่า พนักงานบริษัทเอกชน ($\overline{X}$ =3.97) นักศึกษาระดับอุดมศึกษา / นักเรียน ($\overline{X}$ =3.96) พนักงานภาครัฐ ($\overline{X}$ =3.82) และอื่นๆ($\overline{X}$ =3.68)

สำหรับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่ เจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหาร ($\overline{X}$ =4.21) มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากปัจจัยในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน ($\overline{X}$ =3.82) นักศึกษาระดับอุดมศึกษา / นักเรียน ($\overline{X}$ =3.73) พนักงานภาครัฐ ($\overline{X}$ =3.62) และอื่นๆ ($\overline{X}$ =3.52)

สำหรับด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าลูกค้าที่มีอาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่ เจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหาร ($\overline{X}$ =4.21) มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Interne) ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากปัจจัยในด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน ($\overline{X}$ =3.83) นักศึกษาระดับอุดมศึกษา / นักเรียน ($\overline{X}$ =3.80) พนักงานภาครัฐ ($\overline{X}$ =3.73) และอื่นๆ ($\overline{X}$ =3.43)

สมมติฐานที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) โดยภาพรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
<u>ด้านผลิตภัณฑ์</u>					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.205	4	0.801	1.696	0.150
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	186.619	395	0.472		
รวม	189.823	399			

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านราคา					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	10.041	4	2.510	4.152	0.003*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	238.833	395	0.605		
รวม	248.875	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	5.659	4	1.415	2.177	0.071
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	256.740	395	0.650		
รวม	262.400	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.699	4	0.425	0.684	0.603
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	245.145	395	0.621		
รวม	246.844	399			
ภาพรวม					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.023	4	0.756	1.894	0.111
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	157.576	395	0.399		
รวม	160.599	399			

*นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ส่วนมาก ไม่แตกต่าง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้น ด้านราคาแตกต่าง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างที่มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และในด้านภาพรวม ไม่แตกต่างยกเว้นด้านราคาแตกต่าง

เมื่อพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นของลูกค้า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของบริษัท ทีโอ

ที จำกัด (มหาชน) ด้านราคา ผู้วิจัยจึงนำไปทดสอบตามวิธีของ LSD เพื่อหาความแตกต่างของความคิดเห็นของลูกค้า ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านราคา จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ด้านราคา						
1) น้อยกว่า 10,000 บาท	3.54	-	-0.325*	0.110	-0.029	0.056
2) 10,001 – 20,000 บาท	3.86		-	0.435*	0.296*	0.381*
3) 20,001 – 30,000 บาท	3.43			-	-0.139	0.054
4) 30,001 – 40,000 บาท	3.57				-	0.85
5) มากกว่า 40,000 บาท	3.48					-

จากตารางที่ 4.16 เมื่อพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นของลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ($\bar{X}$ =3.86) มีผลต่อปัจจัยระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากปัจจัยในด้านราคามากกว่าลูกค้ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ($\bar{X}$ =3.57) น้อยกว่า 10,000 บาท ($\bar{X}$ =3.54) มากกว่า 40,000 บาท ($\bar{X}$ =3.48) และ20,001 – 30,000 บาท ($\bar{X}$ =3.43)

ตารางที่ 4.17 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานในภาพรวม และรายด้าน

ตัวแปรอิสระ / ตัวแปรตาม	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
1. ปัจจัยภาพรวม			0.030*	0.002*	
1) ด้านผลิตภัณฑ์			0.035*		
2) ด้านราคา					0.003*
3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			0.000*	0.009*	
4) ด้านส่งเสริมการตลาด				0.004*	

$\bar{X}$ *นัยสำคัญที่ระดับ 0.0