



วารสารวิชาการ อุตสาหกรรมศึกษา

วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2552 (100-104)

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
ในเขตพื้นที่ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

พงศ์ ทรดาล, ธวัชชัย รัตนธรรมมา, สมชาติ พิกุลแย้ม
สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
39/1 ถ.รัชดาภิเษก แขวงจันทรเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ลาดพร้าว กรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เป็นผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำนวน 282 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบ ค่าซี ทดสอบค่าเอฟ

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ใช้บริการ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าสอดคล้องกับสมมติฐาน 2) ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการทดสอบพบว่าสอดคล้องกับสมมติฐาน โดย ปัจจัยด้านสถานะภาพ ด้านระดับการศึกษา ผลการทดสอบพบว่าไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

คำสำคัญ: อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

Abstract

The purpose of this research was to study the factors affection to the hi-speed internet of TOT Public Company Limited, in Lat Phrao District, Bangkok. The sample group were 282 customers who using hi-speed internet of TOT Public Company Limited, in Lat Phrao District Bangkok. The questionnaire were used as a research tool. The statistal tool used were frequency, percentage, mean, standard deviation, and testing hypothesis by Z-test and F-test. The research outcomes can be concluded as follows;

1) The opinion of customers for the factors affection to the Hi-speed internet of TOT Public Company Limited, the result was in a high level is accordingly to the hypothesis.

พงศ์ ทรดาล, ธวัชชัย รัตนธรรมมา, สมชาติ พิกุลแย้ม
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2552 (100-104)

2) The customer's determinant personal are effect on choosing Hi-speed internet of TOT Public Company Limited, the result was found that genders, age, career, monthly income, was found that accordingly agree which the hypothesis, by situation, education not agree with the hypothesis.

Keyword: Hi-speed internet

ภูมิหลัง

ปัจจุบันการแข่งขันในโลกของการสื่อสารนับวันจะมีบทบาทสูงในการสนับสนุนการพัฒนาประเทศทั้งในด้านธุรกิจการค้า การบริการ อุตสาหกรรม การเกษตรไปจนถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิต (Quality of Life) ของประชาชนให้สูงขึ้น อาทิ การสื่อสารโทรคมนาคมไม่เพียงแต่จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบริหารจัดการ บริการสาธารณะ สุขและการศึกษา แต่ด้วยวิทยาการใหม่ ๆ ในด้านต่าง ๆ ผสมผสานกันยังสามารถขยายขีดความสามารถในการให้บริการดังกล่าวด้วยการลดอุปสรรคทางกายภาพและทางเวลา เป็นต้นว่าด้านการแพทย์ทางไกล (Tele-medicine) การศึกษาและการฝึกอบรมทางไกล (Tele - Education) ประชาชนไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนและในเวลาใดก็สามารถรับบริการเหล่านั้นและบริการอื่น ๆ ได้ เช่น การเงินการธนาคาร งานทะเบียนราษฎร์ การเข้าถึงห้องสมุด หรือข้อมูลสาธารณะจากหน่วยงานของรัฐไปจนถึงการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (E - Commerce) ขณะที่กำลังแพร่หลายทั่วโลก บริการและเครือข่ายโทรคมนาคมที่ทันสมัยได้คุณภาพมีเพียงพอในราคาที่ต่ำ ครอบคลุมและกระจายสู่ทุกส่วนของสังคมอย่างเท่าเทียมมากที่สุด จึงเป็นปัจจัยพื้นฐานแห่งยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization)

ยุคโลกาภิวัตน์ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก คือ อินเทอร์เน็ตซึ่งช่วยสร้างการเรียนรู้เกิดขึ้นได้กว้างขวางและกระจายไปทุกระดับ ทั้งในระบบนอกระบบ และตามอัธยาศัย ด้วยเหตุนี้อินเทอร์เน็ตจึงมีบทบาทสำคัญต่อการเรียนรู้และการเชื่อมต่อสื่อสาร ดังจะเห็นได้จากการทำงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ได้สร้างเครือข่าย UNINET (University Network) ในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อกระจายการศึกษาไปยังภูมิภาค เพื่อลดข้อจำกัดด้านระยะทาง เช่น การเรียนการสอนผ่านวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ (Video

Conference) การใช้ห้องสมุดการใช้วีดิโอออนดีมานด์ (Video on Demand) ซึ่งเป็นการเน้นเกิดการกระจายโอกาสในการเรียนรู้โดยที่ผู้เรียนจะอยู่ที่ใดก็สามารถเรียนได้ เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการศึกษาและการเดินทางรวมทั้งเป็นแนวทางในการสนับสนุนนโยบายการศึกษาของชาติ ที่ต้องการให้มีการจัดการศึกษาที่เท่าเทียมกัน (กนการรวบวงวัฒนธรรม, 2543) จากการศึกษาของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้คาดการณ์แนวโน้มของบริการอินเทอร์เน็ตในปี 2549 - 2551 ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงจะกลายเป็นการเชื่อมต่อที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น การเปลี่ยนโมเด็ม (Modem) ของการเชื่อมต่อจากเดิมแบบหมุนโทรศัพท์และความเร็วปกติมาสู่เทคโนโลยี (Asymmetric Digital Subscriber Line: ADSL) หรืออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านคู่สายโทรศัพท์ ทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นในทุก ๆ ปี ประมาณการตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจะสูงถึงประมาณ 10.1 ล้านคนในปี 2551 มีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 10 ต่อปี (2549-2551) และมีแนวโน้มเคลื่อนตัวไปในภูมิภาคมากยิ่งขึ้น

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในผู้ให้บริการกิจการโทรคมนาคมหลากหลายรูปแบบ เช่น โทรศัพท์พื้นฐาน, อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง คู่สายวงจรเช่า เป็นต้น บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเป็นหนึ่งในหลาย ๆ บริการของบริษัทเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและรักษาฐานผู้ใช้บริการเดิม เพื่อรองรับผู้ใช้บริการรายใหม่ในการขยายตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ในตลาดโทรคมนาคมในโลกของการสื่อสารไร้พรมแดน ถึงอย่างไรก็ตามปัญหาของการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ผ่านมาพบว่ามีปริมาณการขอใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงลดน้อยลงทุก

พงศ์ ทรดาล, ธวัชชัย รัตนธรรมมา, สมชาติ พิกุลแย้ม
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2552 (100-104)

ปี ดังรายงานการเปิดใช้และรื้อถอนอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) พื้นที่เขตลาดพร้าว ปี พ.ศ. 2548 ติดตั้ง 2,286 เลขหมาย รื้อถอน 341 เลขหมาย สุทธิ 1,945 เลขหมาย ปี พ.ศ. 2549 ติดตั้ง 3,385 เลขหมาย รื้อถอน 807 เลขหมาย สุทธิ 2,578 เลขหมาย ปี พ.ศ. 2550 ติดตั้ง 2,885 เลขหมาย รื้อถอน 1,447 เลขหมาย สุทธิ 1,438 เลขหมาย ปี พ.ศ. 2551 ติดตั้ง 1,534 เลขหมาย รื้อถอน 572 เลขหมาย สุทธิ 962 เลขหมาย (บริษัททีโอที จำกัด (มหาชน))

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะพนักงานของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เขตพื้นที่ลาดพร้าว จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำผลการศึกษาที่ได้รับไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการให้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ให้เกิดผลประโยชน์กับองค์กร และตรงตามความต้องการของลูกค้าต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร
2. ผลการวิจัย เป็นข้อมูลใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง การให้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด 7P's ของฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านการจัดจำหน่าย 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด 5. ด้านบุคลากร 6. ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 7. ด้านกระบวนการ
2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
3. สถานที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก
2. ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 282 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 62.1 มีอายุ 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.5 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 47.9 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.3 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.9 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.8

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีค่าเฉลี่ยในสภาพรวม 3.41 ซึ่งเป็นระดับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอยู่ใน

พงศ์ ทรดาล, ธวัชชัย รตินธรรมมา, สมชาติ พิกุลแย้ม
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2552 (100-104)

ระดับมาก โดยพบว่าด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.47 รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.47

ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.57 รองลงมาคือประสิทธิภาพในการใช้งานเข้าสู่ระบบงานมีค่าเฉลี่ย 3.54

ด้านราคาพบว่าราคาของโปรโมชันอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.50 รองลงมาคืออัตราค่าบริการมีให้เลือกหลายระดับตามความเร็วมีค่าเฉลี่ย 3.48

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าใช้เทคโนโลยีทันสมัยในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.52 รองลงมาคือศูนย์บริการลูกค้ามีหลายสาขาให้เลือกมีค่าเฉลี่ย 3.50

ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่าการจัดแถมอุปกรณ์ เช่น โมเด็ม / เราท์เตอร์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.74 รองลงมาคือการจัดกิจกรรมพบลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 3.43

ด้านบุคลากรพบว่าความสุภาพเรียบร้อยของพนักงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.46 รองลงมาคือความรวดเร็วในการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.40

ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพพบว่าความโดดเด่นและการตกแต่งภายในสำนักงานบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.50 รองลงมาคือมีการแสดงสินค้าตัวอย่างที่ศูนย์บริการลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 3.48

ด้านกระบวนการพบว่าการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถทำได้ง่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.46 รองลงมาคือขั้นตอนการสมัครใช้บริการสะดวกและง่ายมีค่าเฉลี่ย 3.37

อภิปรายผล

1. ผู้ใช้บริการความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าสอดคล้องกับสมมติฐาน

2. ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

2.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อ

การให้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่าสอดคล้องกับสมมติฐาน

2.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่าส่วนใหญ่สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

2.3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่าส่วนใหญ่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยโดยรวมที่สอดคล้องกับสมมติฐาน

2.4 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่าส่วนใหญ่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่สอดคล้องกับสมมติฐาน

2.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่าส่วนใหญ่สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยมีปัจจัยด้านราคาที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

2.6 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่าส่วนใหญ่สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยมีปัจจัยด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ ควรปรับปรุงสัญญาให้มีคุณภาพคงที่ ไม่มีข้อขัดข้อง ควรมีบริการเสริมไว้คอยให้บริการตามความต้องการของลูกค้า

พงศ์ ทรดาล, ธวัชชัย รัตนธรรมมา, สมชาติ พิกุลแย้ม
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2552 (100-104)

2. ข้อเสนอแนะด้านราคา (Price) ควรหาทางลดต้นทุนการให้บริการเพื่อลดอัตราค่าบริการ รวมถึงค่าบริการรายเดือนเพื่อจูงใจให้ผู้ใช้บริการหันมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ควรมีโปรโมชั่นให้เลือกตามความต้องการ และเหมาะสมกับการใช้บริการของลูกค้า

3. ข้อเสนอแนะด้านช่องทางการจำหน่าย ควรเพิ่มจำนวนสำนักงานบริการฯ ให้มากขึ้นเพื่อรองรับการเข้ารับบริการของผู้ใช้บริการ รวมถึงคำนึงถึงที่ตั้งของสำนักงานบริการฯ ให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการต่าง ๆ

4. ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการลดอัตราค่าบริการเพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ใช้บริการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และเพิ่มการส่งเสริมการขายให้ตรงตามความต้องการด้วย

5. ข้อเสนอแนะด้านบุคลากร ควรมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถไว้คอยให้บริการ และบริการด้วยความสุภาพเรียบร้อย

6. ข้อเสนอแนะด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรตกแต่งสำนักงานบริการฯ ให้มีความดึงดูดใจให้เข้ามาใช้บริการ มีการแสดงสินค้าตัวอย่าง ไว้คอยให้บริการ

7. ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการ ควรกระบวนการให้บริการที่มีความสะดวกรวดเร็ว เพื่อให้ผู้มาใช้บริการได้ความสะดวก และพึงพอใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เปรียบเทียบในความเหมือนหรือแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

บรรณานุกรม

- [1.] บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (2551). www.tot.co.th,
[2.] กนกวรรณ ว่องวัฒนสิน (2543) *วิสัยทัศน์ ด้านเทคโนโลยี*.
วารสารวิชาการราชภัฏกรุงเทพฯ ปีที่ 6 ฉบับที่ 3.