

การศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน
รหัส 007/008 ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา : ผู้ใช้บริการ
ในเทคนิคอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี

สมบัติ อุดมธรรมศิริ

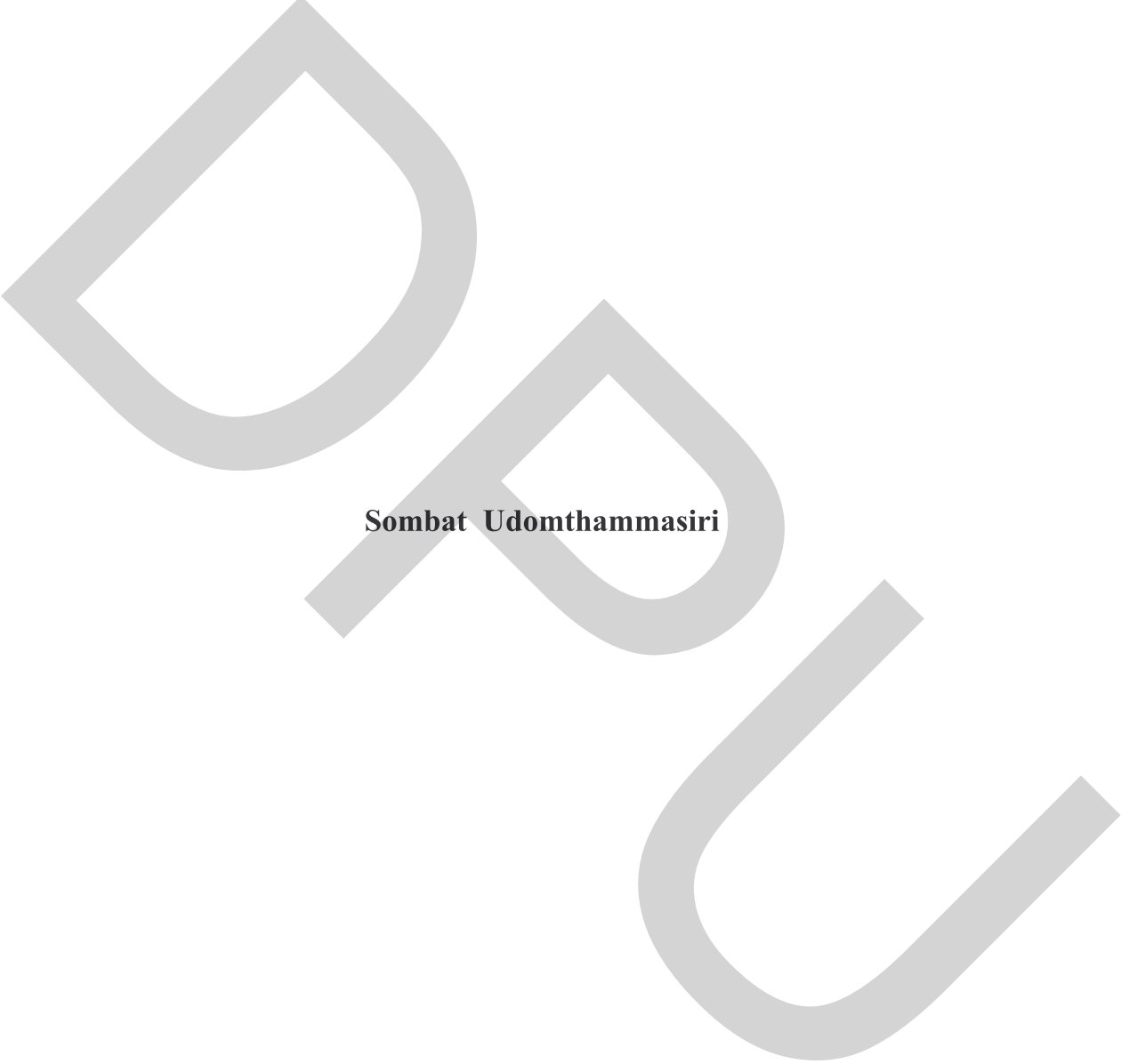
งานค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2552

The Study of User Satisfaction Towards International Telephone Service via

Codes 007/008 of TOT Public Company Limited Case Study

: Users in Bangkradee Industrial Park, BangKraDee, Pathum Thani



Sombat Udomthammasiri

**An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science (Computer and Communication Technology)**

Department of Computer and Communication Technology

2009

หัวข้องานค้นคว้าอิสระ

การศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
กรณีศึกษา : ผู้ใช้บริการในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่
อ.บางกระดี่ จ. ปทุมธานี

ชื่อผู้เขียน

สมบัติ อุดมธรรมศิริ

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประณต บุญไชยอภิสิทธิ์

สาขาวิชา

เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร

ปีการศึกษา

2552

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา : ผู้ใช้บริการในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ. ปทุมธานี” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์ ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 4. เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ให้มีประสิทธิภาพต่อไป โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ คือ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีไคสแควร์ (Chi – Square) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.0 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 44.8 สถานภาพสมรส ร้อยละ 52.0 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.7 ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ร้อยละ 55.0 มีรายได้ 10,001–30,000 บาท ต่อเดือน ร้อยละ 57.8 พฤติกรรมและความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศต้องการให้โฆษณา / ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ 72.7 ต้องการให้มีการปรับปรุงบริการด้านคุณภาพ

Independent Study Title	The Study of User Satisfaction Towards International Telephone Service via Codes 007/008 of TOT Public Company Limited Case Study : Users in Bangkradee Industrial Park, BangKraDee, Pathum Thani
Author	Sombat Udomthammasiri
Independent Study Advisor	Assistant Professor Dr. Pranot Boonchai-Apisit
Department	Computer and Communication Technology
Academic Year	2009

ABSTRACT

Objectives of this research study are to ; 1. Study behavior and demand of International Telephone Service with access code number 007/008 usage. 2. Study factors affecting satisfaction in decision of International Telephone Service with access code number 007/008 usage. 3. Study problems and obstacles of International Telephone Service with access code number 007/008 usage. 4. get the recommendations to improve of International Telephone Service with access code number 007/008 usage service effective.

This study consisted of 400 samples. Statistics used included percentage, mean, Standard Deviation, and Chi-Square test at level of confidence 95%. From the study of general basic data found that the majority of the samples were female as 58%. The average age was between 31– 40 years as 44.8%. Their marital status were married as 52%. Their occupations were employees as 55%. Their income was between 10,001-30,000 Baht per month. The samples wanted TOT to advertise its product on radio and television as 72.7% and to improve quality service at 32.5%. They knew the service from radio and television at 77.3%. 40% of the samples used this service during 20.00 - 05.59 hrs. on the working days (Monday- Friday) at 50.7%. They used the fixed line phones at home at 68.7%. The duration of usage was 6- 10 minutes (52.5%) to reuse this service.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)” กรณีศึกษา : ผู้ใช้บริการในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี อ.บางกระดี จ.ปทุมธานี เป็นการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร ซึ่งตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนกระทั่งเสร็จสิ้นสมบูรณ์แล้วไปด้วยดี ก็ด้วยความกรุณาของท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประณต บุญไชยอภิสิทธิ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ ชี้แนะ พิจารณาแก้ไขข้อบกพร่องในทุกขั้นตอนของการศึกษา รวมทั้งคุณอาจารย์หลักสูตรเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ด้านต่างๆ แก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ นางอรรณ จุละยานนท์ ผู้จัดการส่วนบริหารผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ และ นางสาวนพวรรณ สุขประเสริฐ ผู้จัดการศูนย์ข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียน ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ เพื่อนร่วมงาน ที่ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนงานวิจัยนี้มาตลอด ซึ่งเป็นผลให้งานวิจัยมีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดามารดา ที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนผู้วิจัยตลอดจนญาติพี่น้องทุกคนที่ให้การช่วยเหลือแก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้จะมีประโยชน์ต่อบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในการกำหนดแนวทางการให้บริการและใช้ในการวางแผนการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ต่อไป

สมบัติ อุดมธรรมศิริ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.4 ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร.....	5
2.2 การให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ	
ผ่านรหัส 007/008 ของบริษัท ทีโอทีจำกัด (มหาชน).....	8
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับกาให้บริการ.....	12
2.4 ความพึงพอใจในการบริการ.....	23
2.5 ผลงานที่เกี่ยวข้อง.....	29
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	31
3.1 กรอบคิดของการวิจัย.....	31
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	32
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	33
3.5 การทดสอบเครื่องมือ.....	34
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
3.7 ขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย.....	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4. ผลการศึกษา.....	36
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	36
4.2 พฤติกรรมความต้องการในการใช้บริการ.....	39
4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ.....	45
4.4 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ.....	47
4.5 การทดสอบสมมติฐาน.....	48
5. สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	108
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	108
5.2 การอภิปรายผล.....	111
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	112
บรรณานุกรม.....	114
ภาคผนวก.....	118
ประวัติผู้เขียน.....	124

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย.....	35
4.1 จำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ.....	36
4.2 จำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ.....	37
4.3 จำนวนและร้อยละจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	37
4.4 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา.....	38
4.5 จำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพ.....	38
4.6 จำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	39
4.7 จำนวนและร้อยละจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ต้องการทราบ.....	39
4.8 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความต้องการให้ปรับปรุง.....	40
4.9 จำนวนและร้อยละจำแนกตามการรับรู้ข้อมูลของสื่อ.....	40
4.10 จำนวนและร้อยละจำแนกตามช่วงเวลาใช้บริการ.....	41
4.11 จำนวนและร้อยละจำแนกตามวันที่ใช้บริการ.....	41
4.12 จำนวนและร้อยละจำแนกตามประเภทโทรศัพท์ที่ใช้บริการ.....	42
4.13 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ.....	42
4.14 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความคิดที่จะกลับมาใช้บริการ.....	43
4.15 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เหตุผลที่จะกลับมาใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น.....	43
4.16 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เหตุผลที่จะกลับมาใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศลดลง.....	44
4.17 จำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการการเลือกใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศ 007/008.....	45
4.18 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัญหาและอุปสรรค ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ 007/008.....	47
4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร.....	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร.....	49
4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร.....	50
4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร.....	51
4.2. ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร.....	52
4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร.....	53
4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมและ ความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านปรับปรุงการบริการ.....	54
4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมและ ความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ.....	55
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับ พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ.....	56
4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านปรับปรุงการบริการ.....	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านปรับปรุงการบริการ.....	58
4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านปรับปรุงการบริการ.....	59
4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้.....	60
4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมและ ความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้.....	61
4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับ พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/ 008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้.....	62
4.34 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้.....	63
4.35 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านสื่อที่ได้รับ.....	64
4.36 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้.....	65
4.37 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ.....	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.38 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ.....	67
4.39 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ.....	68
4.40 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ.....	69
4.41 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ.....	70
4.42 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ.....	71
4.43 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/ 008 ด้านวันที่ใช้บริการ.....	72
4.44 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ.....	73
4.45 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ.....	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.46 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/ 008 ด้านวันที่ใช้บริการ.....	75
4.47 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/ 008 ด้านวันที่ใช้บริการ.....	76
4.48 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007 /008 ด้านวันที่ใช้บริการ.....	77
4.49 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/ 008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ.....	78
4.50 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/ 008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ.....	79
4.51 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับ พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/ 008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ.....	80
4.52 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับ พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/ 008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ.....	81
4.53 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมและ ความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/ 008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ.....	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.54 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเนื่องกับพฤติกรรม และความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน รหัส 007/ 008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ.....	83
4.55 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร.....	84
4.56 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร.....	85
4.57 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร.....	86
4.58 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร.....	87
4.59 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร.....	88
4.60 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเนื่องกับความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร.....	89
4.61 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ.....	90
4.62 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ.....	91
4.63 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ....	92
4.64 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ....	93
4.65 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ.....	94
4.66 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเนื่องกับ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ....	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.67 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ.....	96
4.68 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ.....	97
4.69 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับความ พึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ.....	98
4.70 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความ พึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ.....	99
4.71 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ.....	100
4.72 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความ พึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ.....	101
4.73 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ.....	102
4.74 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ.....	103
4.75 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับความ พึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ.....	104
4.76 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความ พึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ.....	105
4.77 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ.....	106
4.78 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ.....	107

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงองค์ประกอบของการสื่อสาร.....	8
2.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับการบริการ.....	14
2.3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ.....	26
2.4 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ.....	29
3.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	31

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ ปี พ.ศ. 2497 ได้มีการก่อตั้ง “องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย” ขึ้น โดยอยู่ภายใต้กระทรวงคมนาคมและการขนส่ง ต่อมาในปี พ.ศ. 2542 มีพระราชบัญญัติประกาศให้ “องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย” และ “การสื่อสารแห่งประเทศไทย” ประกอบธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมและกฎระเบียบเดียวกัน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการแข่งขันเชิงธุรกิจและรองรับการเปิดเสรีด้านกิจการโทรคมนาคมในปี พ.ศ. 2549 ตามพันธกรณีที่ประเทศไทยมีต่อองค์การการค้าโลก World Trade Organization (WTO) ในวันที่ 31 กรกฎาคม ปี พ.ศ. 2545 องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ได้แปรสภาพจากรัฐวิสาหกิจมาเป็นบริษัทมหาชน เพื่อบริการในตลาดหลักทรัพย์โดยใช้ชื่อว่า บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และในวันที่ 31 กรกฎาคม ปี พ.ศ. 2548 และได้เปลี่ยนชื่อจาก บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มาเป็น บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยให้บริการโทรคมนาคมภายในประเทศและระหว่างประเทศ

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ได้เปิดให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน 4 ประเทศ ได้แก่ พม่า ลาว กัมพูชา และมาเลเซีย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 โดยเริ่มเปิดให้บริการกับประเทศมาเลเซียเป็นประเทศแรก และได้ขยายเพิ่มจำนวนประเทศมากขึ้น โดยเปิดให้บริการไปยังประเทศลาวในปี พ.ศ. 2537 และเปิดให้บริการไปยังประเทศพม่าและกัมพูชา ในปี พ.ศ. 2542 การเปิดให้บริการดังกล่าวเป็นระบบ Time Division Multiplexing (TDM) ในการแข่งขันผู้ใช้บริการหรือลูกค้ามีทางเลือกที่จะใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศจาก บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นคู่แข่งในการให้บริการ การเปิดให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 ด้วยระบบ TDM และผ่านรหัส 008 ด้วยระบบ Voice Over Internet Protocol (VOIP) เป็นการเพิ่มทางเลือกอีกทางหนึ่งของประชากรในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากลในราคาประหยัด และยังเป็นการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และกิจการโทรคมนาคมของประเทศโดยรวม

ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาวิจัยเป็นอย่างมากว่าประชาชนผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกล ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับประสิทธิภาพของการให้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ในระดับใดโดยการวิจัยครั้งนี้ใช้ประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี เป็นประชากรในการศึกษาซึ่งผลของการวิจัยจะทำให้ทราบถึงของผู้ใช้บริการและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และยังสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้สนใจในด้านกิจการโทรคมนาคม โดยใช้เป็นแนวทางเพื่อนำไปพัฒนากิจการโทรคมนาคมอื่นๆ ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยมีดังต่อไปนี้

- 1.2.1 เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของประชากร ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี
- 1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของประชากร ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี
- 1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของประชากร ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ. บางกระดี่ จ.ปทุมธานี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยมีดังต่อไปนี้

- 1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรศึกษากลุ่มตัวอย่างจาก ประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี ที่ใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008
- 1.3.2 ขอบเขตด้านระยะเวลาการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแหล่งสอบถามและศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ ระหว่าง วันที่ 19 มกราคม 2552 ถึง วันที่ 19 เมษายน 2552
- 1.3.3 ขอบเขตพื้นที่ศึกษาโดยมุ่งเน้นศึกษาถึงความพึงพอใจของประชากรในนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี เช่น โรงงานทอกระสอบ โรงงานอิเล็กทรอนิกส์เอ็นเตอร์ไพรส์ บริษัท เทเลวิชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท พี ซี บี ซัพพลาย จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับมีดังต่อไปนี้

1.4.1 ทราบถึงแนวโน้มความต้องการในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/008 ของประชากร ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี

1.4.2 ข้อมูลและข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัยจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา การบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

1.4.3 เป็นแนวทางในการพัฒนากิจการโทรคมนาคมในรูปแบบอื่นๆ ต่อไป

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้มีดังต่อไปนี้

1.5.1 007 หมายถึง รหัสโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่กำหนดโดย บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เพื่อใช้สำหรับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้วยระบบ TDM

1.5.2 008 หมายถึง รหัสโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่กำหนดโดย บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เพื่อใช้สำหรับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้วยระบบ Voice Over Internet Protocol (VOIP)

1.5.3 TDM หมายถึง บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศอัตโนมัติซึ่งผู้ใช้บริการสามารถกด หมายเลขเรียกไปยังผู้รับปลายทางในต่างประเทศได้ด้วยตนเอง โดยผ่านโครงข่ายโทรศัพท์พื้นฐาน Public Switched Telephone Network (PSTN) ซึ่งรองรับการสื่อสารด้านเสียง

1.5.4 VOIP หมายถึง บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศอัตโนมัติซึ่งผู้ใช้บริการสามารถกด หมายเลขเรียกไปยังผู้รับปลายทางในต่างประเทศได้ด้วยตนเอง โดยผ่านโครงข่ายสื่อสารข้อมูลหรือ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งรองรับการสื่อสารด้านเสียงและข้อมูล

1.5.5 ประชากรการวิจัย หมายถึง ประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี เช่น โรงงานทอกระสอบ โรงงานอิเล็กทรอนิกส์เอ็นเตอร์ไพรส์ บริษัท เทเลวิชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท พี ซี บี ซัพพลาย จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

1.5.6 ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่ผู้ใช้บริการที่มีต่อการ ให้บริการของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้มุ่งค้นคว้าศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร การให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการความพึงพอใจในการบริการ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

2.1.1 ความหมายของสื่อ

คำว่า “สื่อ” ตามพจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน (อ้างอิงใน ณรงค์ สมพงษ์, 2530:5) ระบุความหมายของสื่อเป็น 2 นัยดังนี้

สื่อ (กริยา) หมายถึง ทำการติดต่อให้ถึงกัน ชักนำให้รู้จักกัน

สื่อ (นาม) หมายถึง ผู้หรือสิ่งของที่ทำให้การติดต่อถึงกัน หรือ ชักนำให้รู้จักกัน

ชวรัตน์ เชิดชัย (อ้างอิงใน ณรงค์ สมพงษ์, 2530:5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สื่อ คือ ช่องทางข่าวสาร ซึ่งอาจจะเป็นคำพูด ตัวอักษร หรืออย่างอื่น เป็นคำที่ยืมมาจากระบบการสื่อสารโทรคมนาคม และนำมาประยุกต์ในกระบวนการสื่อสาร

Shanon และ Weaver (อ้างอิงใน ณรงค์ สมพงษ์, 2530:5) กล่าวถึงสื่อ ในแบบจำลองการสื่อสารโดยกล่าวถึง เครื่องส่ง ว่าเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดให้เป็นสัญญาณ และถูกส่งไปยังเครื่องรับ ซึ่งเป็นผู้แปลสารส่งไปยังจุดหมายปลายทาง

กล่าวโดยสรุป ความหมายของสื่อ หมายถึง สิ่งที่จะช่วยให้การส่งข้อมูลข่าวสารจากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่งตามต้องการ

2.1.2 ความหมายของการสื่อสาร

คำว่า สื่อสาร ตามความหมายของ บำรุง สุขพรรณ (2523:8) ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสารคือการถ่ายทอดข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ทักษะ ฯลฯ ด้วยการใช้สัญลักษณ์ อันได้แก่ คำพูด รูปภาพ ตัวเลข กราฟ เป็นต้น

Webster's Dictionary 1978:98 อ้างถึงในอรรถาธิบาย ปิตินันท์โอวาท, 2537:21 ได้ให้ความหมายของการสื่อสารหรือการสื่อความหมาย (Communication) หมายถึง การถ่ายทอดเรื่องราว การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นข้อมูล การแสดงออกของความคิดและความรู้สึก ตลอดจนรวมถึงระบบ เพื่อการติดต่อสื่อสารข้อมูลซึ่งกันและกัน

Fiske (1985:2 อ้างถึงในอรรถาธิบาย ปิตินันท์โอวาท, 2537:21) ได้ให้ความหมายของการสื่อสาร หรือการสื่อความหมาย (Communication) ว่าเป็นการที่ บุคคลในสังคมมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันโดยผ่านทางข้อมูลข่าวสาร สัญลักษณ์ และเครื่องหมายต่างๆ

Charles E. Osgood (อ้างถึงใน ณรงค์ สมพงษ์, 2530:8) ได้ให้ความว่า เรามีการสื่อสารกันก็ต่อเมื่อมีระบบหนึ่งซึ่งแหล่งของสาร มีอิทธิพลต่ออีกระบบหนึ่ง ที่เป็นจุดหมายปลายทางโดยการควบคุมสัญญาณต่างๆกัน ซึ่งสามารถส่งผ่านไปตามช่องทางที่มีการเชื่อมต่อกัน

กล่าวโดยสรุป ความหมายของการสื่อสาร หมายถึง การที่บุคคลสองฝ่าย คือผู้รับ และผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร มีความเข้าใจถูกต้องครบถ้วน ตรงกัน ในข้อมูลข่าวสารที่ถูกส่งผ่านไปตามช่องทางสื่อสาร

2.1.3 ทฤษฎีข่าวสารและการสื่อสาร

คริสต มัลลิวส์ (2537 :17) กล่าวว่า iva เมื่อผลิตสารสนเทศได้แล้ว บางครั้งจำเป็นต้องส่งสารสนเทศนั้นผ่านระบบสื่อสารต่างๆ เช่น โทรศัพท์ โทรเลข ไปให้ผู้รับ ปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสารที่เกิดขึ้น อาจเกิดจากปัญหาทางด้านเทคนิค ปัญหาทางด้านความหมาย ซึ่งขึ้นอยู่กับวิธีการที่จะจัดทำสารสนเทศว่ามีความถูกต้อง และสื่อประเด็นต่างๆ ได้ถูกต้องเพียงไร หรืออาจเป็นปัญหาด้านประสิทธิภาพ ซึ่งขึ้นอยู่กับวิธีการที่สารสนเทศนั้นทำให้เกิดปฏิกิริยาอย่างใดบ้างกับผู้รับ

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องนี้ได้รับการพิจารณาในปี 1948 โดย นอร์เบิร์ต ไวนเนอร์ นักคณิตศาสตร์ชาวอเมริกัน ซึ่งว่า สิ่งที่มีชีวิตใดๆ รวมตัวอยู่ด้วยกันด้วยการจัดหา ใช้งาน เก็บรวบรวมและสื่อสารข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ต่อมา คลาวด์ แชนนอน แห่งห้องปฏิบัติการเบลล์ได้พัฒนาและประยุกต์หลักการเหล่านี้สำหรับอธิบายระบบสื่อสารต่างๆ เช่นระบบโทรศัพท์ นับแต่นั้นทฤษฎีข่าวสาร ก็กลายเป็นแม่บททางคณิตศาสตร์ของทฤษฎีว่าด้วยการสื่อสารไป

วัตถุประสงค์ของระบบสื่อสารก็เพื่อส่งข้อมูลที่เก็บไว้ ณ จุดต้นทาง ผ่านช่องสัญญาณที่เป็นไปยังจุดปลายทางโดยทั่วไปแล้วตัวกลางสำหรับสื่อสารมักจะ ถ่ายทอดสารสนเทศได้ในรูปของรหัสสัญญาณบางอย่างที่เหมาะสมกับตัวมันเท่านั้น ดังนั้น ก่อนส่งข้อมูลข่าวสารจึงต้องแปลงข้อมูลข่าวสารนั้นเป็นรหัสสำหรับส่งเข้าไปในช่องสัญญาณและ เมื่อสัญญาณเดินทางไปยังปลายทางก็ต้องแปลงรหัสสัญญาณกลับคืนเป็นข้อมูลข่าวสารก่อนส่งให้ผู้รับช่องสัญญาณปกติ

ไม่ใช่ตัวกลาง ที่สมบูรณ์สำหรับการถ่ายทอดสัญญาณ เพราะอาจเกิดการรบกวนบิดเบือนจากทั้งภายในและภายนอก

กล่าวโดยสรุป ความหมายของ ข่าวสารและการสื่อสาร หมายถึง ข้อมูลข่าวสารที่บุคคลหนึ่ง ส่งผ่านช่องทางการสื่อสาร ไปให้กับอีกบุคคลหนึ่ง โดยผู้รับ จะได้รับข้อมูลข่าวสาร ที่ถูกต้อง ตรงกันกับข้อมูลข่าวสารที่ผู้ส่ง ส่งจากต้นทางผ่านมาตามช่องทางการสื่อสารปลายทาง

2.1.4 องค์ประกอบของการสื่อสาร

อรรถพร ปิณฑน์โอวาท (2537: 23) กล่าวว่า การถ่ายทอดข่าวสารหรือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นข้อมูลนั้น จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีต้นทางของการถ่ายทอด หรือผู้ส่ง เพื่อทำการส่งองค์ประกอบต่างๆ เพื่อให้การสื่อสารเกิดขึ้นได้ ภาพที่ 2.1 แสดงองค์ประกอบของการสื่อสารโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้ส่ง ผู้สื่อสาร หรือต้นแหล่งของการส่ง (Sender Source) เป็นแหล่งหรือผู้นำข่าวสารหรือเรื่องราวที่เกี่ยวกับความรู้ แนวคิด ตลอดจนเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อส่งไปยังผู้รับ ซึ่งอาจเป็นบุคคล หรือกลุ่มชนก็ได้

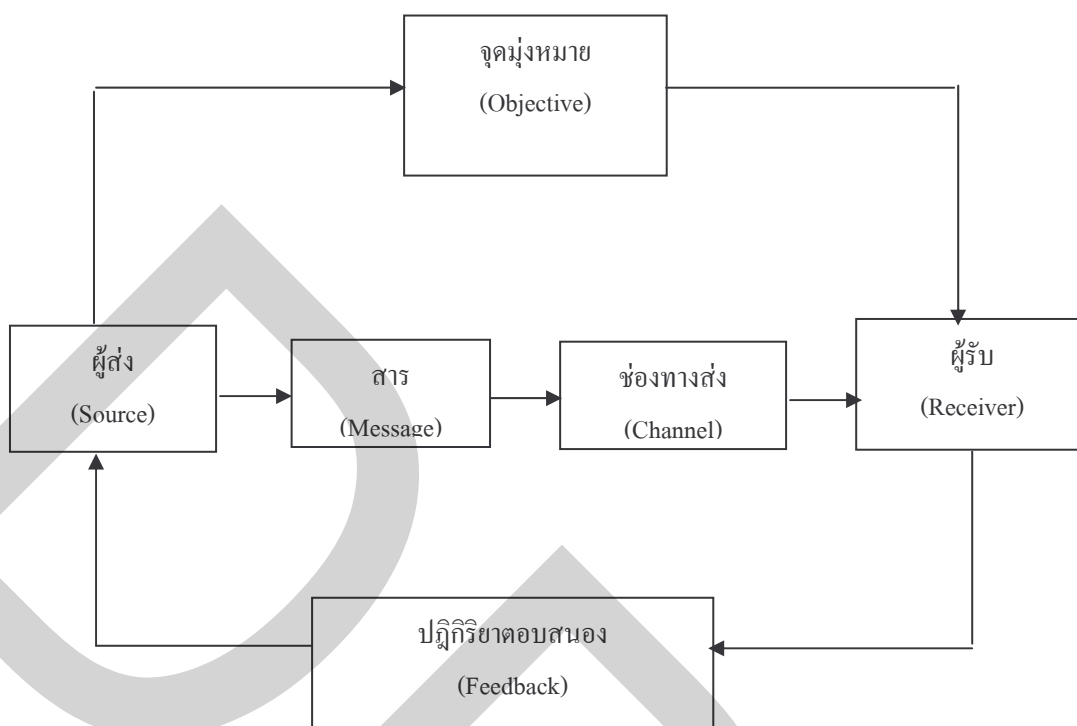
2. เนื้อหาเรื่องราว (Message) ได้แก่ เนื้อหาข่าวสาร หรือเรื่องราวที่ส่งออกมา เช่น ความรู้ ความคิด ข่าวสาร บทเพลง ข้อเขียน ภาพ เป็นต้น

3. สื่อ หรือช่องทางในการนำเสนอ (Media, Channel) หมายถึง ตัวกลางที่ช่วยถ่ายทอดแนวคิด เหตุการณ์เรื่องราวต่างๆ ที่ผู้ส่งต้องการให้ไปถึงผู้รับ

4. ผู้รับ หรือกลุ่มเป้าหมาย (Receiver, Target Audience) ได้แก่ ผู้รับเนื้อหาเรื่องราวจากแหล่งหรือที่ผู้ส่งมา ผู้รับอาจเป็นบุคคล กลุ่มชน หรือสถาบันก็ได้ ซึ่งเมื่อรับแล้วผู้รับต้องมีการถอดรหัส คือการแปลข่าวสารนั้นให้เข้าใจ

5. ผล (Result) หมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ส่งเรื่องราวไปยังผู้รับ ผลที่เกิดขึ้น คือการที่ผู้รับอาจมีความเข้าใจหรือไม่รู้เรื่อง ขอมรับหรือปฏิเสธ พอใจหรือโกรธ ซึ่งผลที่เกิดขึ้นจะบรรลุเป้าหมายหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ สื่อที่ใช้และสถานการณ์ เป็นสำคัญ

6. ปฏิกริยาสนองกลับ (Feedback) เป็นสิ่งที่เกี่ยวเนื่องจากผลที่เกิดขึ้น ซึ่งผู้รับส่งกลับมายังผู้ส่ง เพื่อให้ทราบว่าผู้รับมีความเข้าใจในสารที่ส่งไปหรือไม่นั่นเอง



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของการสื่อสาร

2.2 การให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

เมื่อปลายปี พ.ศ. 2546 ที่ผ่านมา กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งกำกับดูแลกิจการสื่อสารโทรคมนาคมของประเทศ ได้มีนโยบายให้ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เปิดให้บริการโทรคมนาคมระหว่างประเทศได้ทั่วโลก เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับประชาชนในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล รวมทั้งเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างความแข็งแกร่งขององค์กร ก่อนที่จะมีการเปิดเสรีบริการโทรคมนาคมภายในประเทศ ในปี พ.ศ.2549

คณะกรรมการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในการประชุมครั้งที่ 12 /2547 เมื่อวันที่ 23 มิ.ย ในปี พ.ศ.2547 จึงมีมติเห็นชอบให้บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เปิดให้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศทั่วโลก

อย่างไรก็ดี บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มเปิดให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศมาแล้วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 โดยเริ่มเปิดให้บริการกับประเทศมาเลเซียเป็นประเทศแรก และได้ขยายเพิ่มจำนวนประเทศมากขึ้น โดยเปิดให้บริการไปยังประเทศลาวในปี พ.ศ. 2537 และเปิดให้บริการไปยังประเทศพม่าและกัมพูชา ในปี พ.ศ. 2542 การเปิดให้บริการดังกล่าวเป็นระบบ Time

Division Multiplexing (TDM) ผ่านรหัส 007 ต่อมาในปี พ.ศ. 2545 ได้ทดลองเปิดให้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 002 เฉพาะประเทศมาเลเซีย ด้วยการใช้เทคโนโลยี VOIP

ปัจจุบัน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สามารถเปิดให้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศไปทั่วโลก ผ่านรหัสโทรศัพท์ระหว่างประเทศ 2 รหัส คือ รหัส 007 ใช้เทคโนโลยี TDM ที่ให้คุณภาพเสียงคมชัด และ รหัส 008 ใช้เทคโนโลยี VOIP ที่ให้คุณภาพเสียงตามมาตรฐานสากล โดยมีจุดเด่นอยู่ที่อัตราค่าบริการจะถูกกว่าปกติ

2.2.1 การให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007

ในปัจจุบัน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ได้ทดลองเปิดให้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007 ไปยัง 212 ประเทศ โดยแบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1:เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคมปี พ.ศ. 2547 โดยทดลองเปิดให้บริการ ไปยัง 9 ประเทศ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน เยอรมนี สหรัฐอเมริกา (รวมแคนาดา) สิงคโปร์ ออสเตรเลีย อังกฤษ (รวมสกอตแลนด์) และฮ่องกง

ระยะที่ 2:เริ่มตั้งแต่วันที่ 12 สิงหาคมปี พ.ศ. 2547 โดยทดลองเปิดให้บริการไปยัง 19 ประเทศ ได้แก่ กรีซ กวม เกาหลีใต้ คุเวต แคนาดา เดนมาร์ก นอร์เวย์ บราซิล บรูไน-ดารุสซาลาม เบลเยียม ฝรั่งเศส ฟินแลนด์ มาเก๊า เม็กซิโก รัสเซีย อิตาลี อินโดนีเซีย อิสราเอล และแอฟริกาใต้

ระยะที่ 3:เริ่มตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคมปี พ.ศ. 2547 โดยทดลองเปิดให้บริการเพิ่มเติมอีก 180 ประเทศ (รายละเอียดตามตารางอัตราค่าบริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 ภาคผนวก)

อัตราค่าบริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 สำหรับการทดลองเปิดให้บริการ ทั้ง 3 ระยะ มีรายละเอียด ดังนี้

ระยะที่ 1:เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และเปิดโอกาสให้ประชาชนทดลองใช้บริการ จึงกำหนดอัตราค่าบริการสำหรับการเรียกไปยัง 9 ประเทศปลายทาง ในราคาเพียงนาทีละ 9 บาท อัตราเดียวทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2547

ระยะที่ 2:อัตราค่าบริการสำหรับการเรียกไปยัง 19 ประเทศปลายทางที่เปิดให้บริการเพิ่มเติม กำหนดอัตราไม่เท่ากันในแต่ละประเทศ แต่จะเป็นอัตราเดียว ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 12 สิงหาคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2547

ระยะที่ 3:กำหนดอัตราค่าบริการสำหรับการเรียกไปยัง 180 ประเทศปลายทาง โดยจะเป็นอัตราที่ไม่เท่ากันในแต่ละประเทศ แต่จะเป็นอัตราเดียวทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง (นอกจากนี้ยังได้ปรับอัตราค่าบริการในการเรียกไปยัง มาเลเซีย และลาว เป็นนาทีละ 9 บาท) โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2547

ทั้งนี้ อัตราค่าบริการทั้ง 3 ระยะได้มีการขยายระยะเวลาในการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2548

สำหรับการใช้บริการเรียกผ่านโอเปอเรเตอร์ “101” ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จะคิดอัตราค่าบริการดังนี้

กรณีเจาะจงตัวผู้รับปลายทาง คิดค่าบริการ 100 บาท/ครั้ง

กรณีไม่เจาะจงตัวผู้รับปลายทาง คิดค่าบริการ 50 บาท/ครั้ง

กรณีที่พนักงานได้ต่อโทรศัพท์ไปแล้ว แต่ผู้รับปลายทางไม่อยู่ หรือไม่พูด หรือไม่มีผู้รับ จะคิดค่าดำเนินการต่อ (Report Charge) ในอัตรา 30 บาท/ครั้ง

อัตราค่าโทรจะคิดเป็นนาทีตามที่บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) กำหนด

วิธีการเรียกโดยกด รหัส 007 + รหัสประเทศ + รหัสเมืองหรือรหัสโทรศัพท์เคลื่อนที่ + เลขหมายปลายทาง

(Access code 007) + (Country Code) + (City/Area Code/Mobilephone Code + Subscriber Number) ตัวอย่างเช่น

กรณีเรียกเข้า โทรศัพท์พื้นฐาน ในประเทศญี่ปุ่น เมืองโยโกฮาม่า เลขหมาย 57043294 (รหัสประเทศญี่ปุ่น 81 รหัสเมืองโยโกฮาม่า 045) กดเลขหมายดังนี้ 007 81 45 57043294

กรณีเรียกเข้า โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในประเทศญี่ปุ่น เลขหมาย 070 – 61056032 (รหัสประเทศญี่ปุ่น 81 รหัสโทรศัพท์เคลื่อนที่ 070) กดเลขหมายดังนี้ 007 81 70 61056032

การเรียกเก็บค่าบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 จะเรียกเก็บรวมในใบแจ้งหนี้ค่าบริการรายเดือนตามปกติของบริษัท ทีโอที โดยจะมีรายละเอียดของรายการเรียก เช่น วัน / เวลาที่เรียก ประเทศ เลขหมายปลายทาง และค่าบริการ แจ้งให้ทราบอย่างชัดเจน

รายละเอียดและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

TOT Contact Center: เลขหมาย 1100 ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง หรือ โทรศัพท์

1-800-700-007 (08.00 – 17.00 น.)

2.2.2 การให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 008

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ได้ทดลองเปิดให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศราคาประหยัดผ่านรหัส 008 ไปยัง 151 ประเทศ โดยแบ่งเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1: ทดลองเปิดให้บริการจำนวน 29 ประเทศ ดังนี้

- | | | |
|------------|-------------|--------------|
| 1. กรีซ | 2. กวม | 3. เกาหลีใต้ |
| 4. คุเวต | 5. แคนาดา | 6. จีน |
| 7. ญี่ปุ่น | 8. เดนมาร์ก | 9. ใต้หวัน |

10. นอร์เวย์	11. บราซิล	12. บรูไน
13. เบลเยียม	14. ฝรั่งเศส	15. ฟินแลนด์
16. มาเก๊า	17. มาเลเซีย	18. เม็กซิโก
19. เยอรมนี	20. รัสเซีย	21. สหรัฐอเมริกา
22. สิงคโปร์	23. ออสเตรเลีย	24. อิตาลี
25. อังกฤษ(รวมสกอตแลนด์)	26. อินโดนีเซีย	27. อิสราเอล
28. แอฟริกาใต้	29. ฮองกง	

ระยะที่ 2:ทดลองเปิดให้บริการไปอีก 122 ประเทศ (รายละเอียดตามตารางอัตราค่าบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศราคาประหยัดผ่านรหัส 008 ภาคผนวก)

อัตราค่าบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศราคาประหยัดผ่านรหัส 008 สำหรับการทดลองเปิดให้บริการทั้ง 2 ระยะ มีรายละเอียด ดังนี้

ระยะที่ 1:เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และเปิดโอกาสให้ประชาชนทดลองใช้บริการ จึงกำหนดอัตราค่าบริการเพียงนาทีละ 7 บาท สำหรับการเรียกไปยัง 29 ประเทศปลายทาง ตั้งแต่วันที่ 31 กรกฎาคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2547

ระยะที่ 2:อัตราค่าบริการสำหรับเรียกไปยัง 122 ประเทศปลายทางที่เปิดให้บริการเพิ่มเติม กำหนดอัตราค่าบริการไม่เท่ากันในแต่ละประเทศ แต่จะเป็นอัตราเดียวทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2547

ทั้งนี้ อัตราค่าบริการทั้ง 2 ระยะ ได้มีการขยายระยะเวลาส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 ถึงวันที่ 31 ธันวาคมพ.ศ. 2548

วิธีการเรียกโดยกด รหัส 008 + รหัสประเทศ + รหัสเมืองหรือรหัสโทรศัพท์เคลื่อนที่ + เลขหมายปลายทาง

(Access Code 008) + (Country Code) + (City/Area Code/Mobilephone Code) + (Subscriber Number) ตัวอย่างเช่น

กรณีเรียกเข้า โทรศัพท์พื้นฐาน ในประเทศญี่ปุ่น เมืองโยโกฮาม่า เลขหมาย 57043294 (รหัสประเทศญี่ปุ่น 81 รหัสเมืองโยโกฮาม่า 045) กดเลขหมายดังนี้ 008 81 45 57043294

กรณีเรียกเข้า โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในประเทศญี่ปุ่น เลขหมาย 070-61056032 (รหัสประเทศญี่ปุ่น 81 รหัสโทรศัพท์เคลื่อนที่ 070) กดเลขหมายดังนี้ 008 81 70 61056032

การเรียกเก็บค่าบริการ

ค่าใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศราคาประหยัด ผ่านรหัส 008 จะเรียกเก็บรวมในใบแจ้งค่าบริการรายเดือนตามปกติของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยจะมีรายละเอียดของ

รายการเรียกเช่น วัน/เวลาที่เรียก ประเทศ เลขหมายปลายทาง และค่าใช้จ่ายบริการ แจ้งให้ทราบ อย่างชัดเจน

รายละเอียดและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

TOT Contact Center: เลขหมาย 1100 ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง หรือโทรศัพท์

1-800-700-007 (08.00 – 17.00 น.)

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

2.3.1 ภาพรวมของการบริการ

การประกอบธุรกิจในปัจจุบัน คุณภาพของสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว มิได้ประกันความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจเช่นที่ผ่านมา เพราะตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในสายตาของผู้บริโภค นับวันจะไม่แตกต่างกัน ด้วยความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการและเทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตที่ใกล้เคียงกันและสินค้าที่เสนอขายในตลาดมีให้เลือกซื้อตามความพอใจมากขึ้น ผู้บริโภคสมัยใหม่จึงหันมาพิจารณาและให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ ซื้อสินค้า หรือบริการควบคู่ไปด้วย ทำให้ผู้ประกอบการและฝ่ายบริหารธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดจำเป็นต้องหันมาให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการบริการลูกค้ามากยิ่งขึ้นเพื่อให้ธุรกิจดำรงอยู่และเจริญก้าวหน้าต่อไปด้วยเหตุนี้ การบริการได้เข้ามามีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินงานในวงการธุรกิจขณะนี้เป็นอย่างมากธุรกิจซื้อขายสินค้าทั่วไปหลายประเภทได้เพิ่มแผนกบริการเพื่อดูแลจัดการช่วยเหลือและ อำนวยความสะดวกต่างๆ แก่ลูกค้าโดยเฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นการบริการก่อนการขาย การบริการระหว่างการขาย และการบริการหลังการขาย ทั้งยังมีการประกอบธุรกิจบริการที่มุ่งขายบริการเป็นสินค้าหลักแพร่หลายมากขึ้น จะเห็นได้ว่าภาพพจน์ของธุรกิจสมัยใหม่ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่มุ่งเพียงขายสินค้าที่ผลิตได้ให้หมดไป เป็นการมองถึงความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคและหาทางตอบสนองความพอใจให้แก่ลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น (จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2544 ก:5)

การบริการ (service) มีความหมายอยู่ 2 ระดับ ได้แก่ ความหมายในระดับพฤติกรรม (behavioral approach) และความหมายในระดับสถาบัน (institutional approach)

ชุมชน รุ่งปัจฉิม (2538:181) กล่าวว่าไว้ว่าความหมายในระดับพฤติกรรม เป็นการมุ่งพิจารณาถึงการบริการในฐานะที่เป็นกระบวนการในการปฏิบัติ หรือลงมือกระทำในเรื่องหนึ่งเรื่องใดโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ในแง่การบริการจึงเป็นการปะทะสังสรรค์หรือการมีการกระทำระหว่างกันของผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ซึ่งเป็นความหมายที่เน้นความสำคัญของการบริการในฐานะที่เป็นกิจกรรมที่มีการเคลื่อนไหว (motion activity)

ความหมายในระดับสถาบัน เป็นการมุ่งพิจารณาถึงการบริการในฐานะที่เป็นของการประกอบธุรกิจบริการหรืออุตสาหกรรมบริการ (service industry) ซึ่งถือว่าเป็นสถาบันทางสังคมสถาบันหนึ่ง (service as a social institution) ซึ่งมีบทบาทและหน้าที่ต่อสังคมในด้านต่างๆ (social function) ตามลักษณะการจัดแบ่งหมวดหมู่ของการบริการออกตามประเภทหรือกลุ่มของกิจกรรมที่มีส่วนสัมพันธ์ ซึ่งในแง่การบริการตามความหมายที่สองจะมีขอบเขตกว้างกว่าในความหมายแรกหรืออีกนัยหนึ่งอาจกล่าวได้ว่าการบริการตามความหมายในระดับพฤติกรรมเป็นเพียงส่วนหนึ่งของความหมายระดับสถาบัน

ปลายฝน สุขารมย์ (2536:12) กล่าวว่า บริการ หมายถึง การกระทำที่เชื่อมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

สมชาติ กิจยรรยง (2537:42) กล่าวถึง การบริการเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ดังนั้นผู้ที่ทำให้บริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถจะอำนวยความสะดวกและทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

พจนานุกรมฉบับ Student Dictionary ของ The American Heritage (1994:864) ได้ให้คำความหมายของคำว่า การบริการ (Service) ว่าหมายถึง การทำงานหรืออาชีพทำเพื่อบุคคลอื่น

International Standard (1996:2) ได้กล่าวถึง บริการเป็นผลที่ได้มาจากการในส่วนที่ประสานระหว่างผู้ส่งมอบกับลูกค้าและจากการภายในกิจการของผู้ส่งมอบเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

โดยสรุปแล้ว การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้ปฏิบัติเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าและทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ

ประเภทของการบริการ จากการให้ความหมายข้างต้นจะเห็นได้ว่า ธุรกิจบริการนั้นมีมากมายหลายแขนงนอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว เป็นต้นว่า การบริการด้านการเงินการธนาคาร การบริการด้านการบัญชี การบริการด้านกฎหมาย การบริการทางการศึกษา การบริการด้านความบันเทิง อย่างไรก็ตามในบรรดาธุรกิจบริการเหล่านั้นซึ่ง ชุขณะ รุ่งปัจฉิม (2538:181) ได้จำแนกความแตกต่างโดยคำนึงถึงเป้าหมายของการบริการเป็นสำคัญแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การบริการทางด้านธุรกิจ (business service) ซึ่งหมายถึง การบริการที่มีลักษณะการดำเนินการในเชิงธุรกิจมุ่งแสวงหากำไรเป็นสำคัญ การบริการในลักษณะนี้มักจะอยู่ภายใต้การดำเนินงานขององค์กรบริษัทและห้างร้านของเอกชน เช่น การบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ การบริการเคเบิลทีวี เป็นต้น

2. การบริการสาธารณะ (public service) ซึ่งหมายถึง การบริการที่มีลักษณะการดำเนินการโดยระบบราชการมุ่งประโยชน์สุขและสวัสดิภาพของประชาชนในสังคมเป็นสำคัญ การ

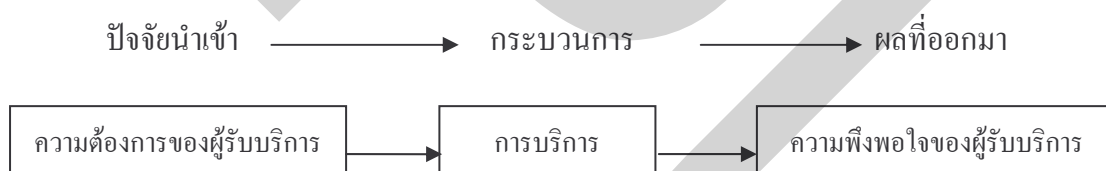
บริการในลักษณะนี้ ได้แก่ การบริการของหน่วยงานต่างๆ ของรัฐ เช่น การบริการสาธารณะสุข การบริการสังคมสงเคราะห์ เป็นต้น

องค์ประกอบของการบริการ อุตสาหกรรมการบริการนั้นมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลในหลายฝ่ายซึ่งต่างฝ่ายก็มีความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดงานบริการ ชุมนะ รุ่งปัจฉิม (2538:181) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบสำคัญของการบริการว่าประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

1. ผู้ให้บริการ ซึ่งในที่นี้หมายถึงทั้งองค์กรที่ประกอบธุรกิจบริการและ บุคลากร หรือพนักงานที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ

2. กระบวนการในการให้บริการ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือวิธีการให้บริการ

3. ผู้รับบริการ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ยังมีความแตกต่างกันไปตามประเภทของการบริการยกตัวอย่างในเรื่องผู้รับบริการ หากเป็นการบริการสาธารณะ ผู้รับบริการก็มักหมายถึงประชาชนโดยทั่วไป ในขณะที่บริการทางด้านธุรกิจก็จะหมายถึงเฉพาะผู้ที่มาซื้อบริการนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับที่ชุมนะ รุ่งปัจฉิม (2538:193) ที่ได้เปรียบเทียบให้เห็นว่าความต้องการของผู้รับบริการเปรียบเทียบกับปัจจัยนำเข้า (input) ที่ผู้ประกอบการจะต้องเอาใจใส่และคำนึงถึงอย่างมาก โดยการให้สิ่งที่ดีที่สุดแก่พวกเขาเพื่อให้พวกเขากลับออกไป พร้อมด้วยความสุขและความพึงพอใจ (output) อันจะนำมาซึ่งความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจนั้น ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับการบริการ

ที่มา:ชุมนะ รุ่งปัจฉิม และคณะ 2538:193

จากเงื่อนไขทางสังคมที่มีภาวะการแข่งขันในการบริการอย่างรุนแรงในปัจจุบันจึงมีปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการบริการ ดังเช่น ชุมนะ รุ่งปัจฉิม (2538:188) ได้สรุปว่า เนื่องจากในปัจจุบันเป็นยุคที่เรียกว่า ยุคโลกาภิวัตน์หรือยุคไร้พรมแดนที่การเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเกิดขึ้นในประเทศใดหรือภูมิภาคหนึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อประเทศอื่นและภูมิภาคอื่นด้วย ดังนั้นปัจจัยเหล่านี้จึงไม่ได้ดำรงอยู่โดยลำพังแต่กลับจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตามลักษณะของประเภทปัจจัยอยู่ตลอดเวลา

2.3.2 ลักษณะของการบริการ

รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ (2535:13-15) ได้กล่าวว่างานบริการต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ

1. คุณภาพของทรัพยากร ต้องเลือกใช้ภาษา สัญลักษณ์ต้องสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจกันได้เป็นอย่างดีเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้และ มีคุณภาพ
2. คุณภาพของบุคคลของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความรอบรู้ในการบริการนั้นเป็นอย่างดี
3. การสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการ แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบริการ

ลักษณะของการบริการหมายถึงการกระทำที่แสดงถึงการให้ความช่วยเหลือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นในส่วนของภาครัฐที่จะให้บริการต่อประชาชน พร้อมทั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้แล้วเสร็จโดยเร็วเป็นลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี

คาร์สัน (Carson J.J. 1963:12-14) ได้อธิบายลักษณะการบริการที่พบอยู่เสมอ คือ

1. จุดมุ่งหมาย ของการบริการ คือ การให้บริการประชาชนโดยทั่วไป ซึ่งยากที่จะวัดประสิทธิภาพ และผลสำเร็จในรูปของดัชนี หรือตัวเลขแห่งผลกำไรทางเศรษฐกิจได้
2. มีการให้บริการบริการที่สลับซับซ้อนและมีทางปฏิบัติที่ยุ่งยากสับสน จนทำให้ผู้บริหารราชการในระดับสูง ต้องรับผิดชอบในผลที่จะต้องปฏิบัติจนถูกประชาชนโจมตีอยู่เสมอ
3. ผู้บริหารราชการจะต้องปฏิบัติราชการตามที่กฎหมายกำหนดไว้ และปฏิบัติราชการนอกเหนือไปจากระเบียบข้อบังคับที่กำหนดไว้ไม่ได้ อันทำให้เกิดความล่าช้าอยู่เสมอ
4. ผู้บริหารราชการสามารถใช้ดุลพินิจในการตัดสินใจได้น้อย ความเป็นอิสระในการบริการมีจำกัดไปทางกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มติคำสั่งต่างๆ ได้จำกัดทางเลือกของผู้บริหารราชการอยู่ตลอดเวลา การที่ผู้บริหารราชการตกอยู่ในภาวะเช่นนี้ เพราะต้องปฏิบัติตามนโยบายและแนวทางของฝ่ายการเมือง โดยเคร่งครัดรวมถึงการให้ มีเสถียรภาพทางความมั่นคงปลอดภัยของประเทศด้วย

5. การบริหารราชการมักอยู่ในความสนใจของประชาชนโดยทั่วไป มีผู้ให้การวิพากษ์วิจารณ์ รวมถึงพยายามที่จะ โคนล้มผู้ที่ปฏิบัติตามระเบียบ คำสั่งที่เคร่งครัดอยู่เสมอ

เบอร์แตรม (Bertram, อ้างถึงใน เจริญ แก้วพรรณา, 2542:12) พบว่าธรรมชาติของการบริการ มีลักษณะ 4 ประการ คือ

1. มีลักษณะเป็นกิจกรรม การบริการมีลักษณะที่เป็นนามธรรมและมีการเคลื่อนไหวการบริการเป็นกิจกรรมของประชาชน เช่น ครู หมอ นักบริหาร เป็นต้น โดยมี “หน้าที่” หรือ “งาน” เป็น

ตัวบ่งชี้ถึงชนิดของกิจกรรม การบริการเป็นการเคลื่อนไหวของคนหรือสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง แต่หลังจากที่บริการถูกส่งออกไปแล้ว มันจะไม่มีเคลื่อนไหวอีก ขณะที่มีการส่งมอบบริการ จะมีการตรวจสอบไปด้วย สำหรับการตรวจสอบทำได้โดยการสังเกตปฏิกิริยาหรือผลที่ได้หลังจากการให้บริการ

2. มีลักษณะที่ไม่จีรังยั่งยืน การบริการเมื่อเกิดขึ้นจะสูญหายไปทันทีทันใด แม้บางครั้งการให้บริการจะถูกกำหนดเป็นช่วงระยะเวลาสั้นบ้าง ยาวบ้าง แต่ทันทีที่มีการส่งมอบบริการ มักจะถูกบริโภคไปในทันทีทันใด

3. มีการติดต่อสัมพันธ์กับผู้บริการ เนื่องจากการบริการมีลักษณะที่ไม่จีรังยั่งยืนดังนั้น การบริการจึงไม่สามารถอยู่อย่างโดดเดี่ยวผู้รับบริการที่มีความต้องการตรงกับบริการนั้นๆ ถ้าไม่มีลูกค้าหรือผู้บริการ เช่น ในกรณีของครูกับห้องเรียนที่ว่างเปล่าไม่นับเรียกว่า การบริการ

4. มีขอบเขตที่ไม่ชัดเจน เป็นเรื่องยากที่จะค้นพบขอบเขตของการบริการ เนื่องจากการบริการเป็นกิจกรรม จึงมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง ทำให้เห็นไม่ชัดถึงจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด ดังนั้นเมื่อถึงเวลาสิ้นสุดการให้บริการจะพบว่าบริการอาจถูกทำให้สำเร็จเสร็จสิ้นไปเพียงบางส่วนเท่านั้น

2.3.3 หลักการให้บริการ

หลักการสำคัญของการบริการลูกค้าที่ควรปฏิบัติ ทั้งในองค์กรของรัฐบาลและเอกชน ควรยึดหลักการปฏิบัติ ดังนี้

1. การติดต่อเฉพาะงาน (specificity) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับหน่วยงาน จะจำกัดเฉพาะเรื่องงานเท่านั้น พนักงานไม่ควรนำเรื่องส่วนตัวนอกเหนือจากหน้าที่มาเกี่ยวข้องด้วย

2. การปฏิบัติโดยเสมอภาคเท่าเทียมกัน (universality) หมายความว่า พนักงานจะต้องปฏิบัติต่อลูกค้าโดยความเป็นธรรม ไม่ถือเอาถือเรา เช่น การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ใครมาก่อนได้รับการบริการก่อน

3. การวางตนเป็นกลาง (affective neutrality) หมายถึง พนักงานจะต้องให้บริการลูกค้าโดยไม่เอาอารมณ์ส่วนตัวเข้ามายุ่งเกี่ยวกับงาน ปฏิบัติงานด้วยเหตุผล และใช้หลักการความถูกต้อง ไม่พูดะคอกหรือหาเหตุชวนวิวาทกับลูกค้า

รัชชา กุลวานิชไชยนันท์ (2535:14-15) กล่าวถึงหลักการบริการที่ดี คือ

1. ความเชื่อถือได้ (reliability) ประกอบด้วย

1.1 ความสม่ำเสมอ

1.2 ความพึงพอใจ

2. การตอบสนอง (responsiveness) ประกอบด้วย
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา
 - 2.3 ความต่อเนื่องในการติดต่อ
 - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ (competence) ประกอบด้วย
 - 3.1 ความสามารถในการให้บริการ
 - 3.2 ความสามารถในการสื่อสาร
 - 3.3 ความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (access) ประกอบด้วย
 - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการหรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบ ขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อนเกินไป
 - 4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย
 - 4.3 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการ
 - 4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้ให้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ประกอบด้วย
 - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ
 - 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (communication) ประกอบด้วย
 - 6.1 มีการสื่อสารที่แจ้งขอบเขตและลักษณะงานบริการ
 - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ (credibility) คุณภาพของพนักงานบริการ มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
8. มีความมั่นคง (security) ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์
9. ความเข้าใจ (understanding) ประกอบด้วย
 - 9.1 การเรียนรู้ผู้ให้บริการ
 - 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ให้บริการ
 - 9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ให้บริการ
10. การสร้างสิ่งเร้าที่จับต้องได้ (tangibility) ประกอบด้วย
 - 10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ

10.2 การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

10.3 การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

อาจกล่าวได้ว่าการให้บริการเป็นหน้าที่สำคัญในการบริหารงานของภาครัฐ โดยเฉพาะในลักษณะงานที่ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชนหรือผู้รับบริการโดยตรงหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีหน้าที่ในการส่งต่อการบริการให้แก่ผู้รับบริการ

หลักการให้บริการแบบครบวงจรหรือการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุก จะต้องเป็นไปตามหลักการซึ่งอาจเรียกง่าย ๆ ว่าหลักการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร ดังนี้

1. ยึดการตอบสนองความจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมาย การบริการของรัฐในเชิงรับจะเน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผน และมีลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการดังนี้

1.1 ข้าราชการมีทัศนคติว่าการให้บริการจะเริ่มต้นก็ต่อเมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการมากกว่าที่จะมองว่าตนมีหน้าที่ที่จะต้องจัดบริการให้แก่ราษฎรตามสิทธิประโยชน์ที่เขาควรจะได้รับ

1.2 การกำหนดระเบียบปฏิบัติและการใช้ดุลยพินิจของข้าราชการ มักเป็นไปเพื่อสงวนอำนาจในการใช้ดุลยพินิจของหน่วยงาน หรือปกป้องตัวข้าราชการเอง มีลักษณะที่เน้นการควบคุมมากกว่าการส่งเสริม การติดต่อราชการจึงต้องใช้เอกสารหลักฐานต่างๆ เป็นจำนวนมากและต้องผ่านการตัดสินใจหลายขั้นตอน ซึ่งบางครั้งเกินกว่าความจำเป็น

1.3 จากการที่ราษฎรมองว่าตนมีอำนาจในการใช้ดุลยพินิจ และมีกฎระเบียบเพื่อเป็นเครื่องมือที่ปกป้องการใช้ดุลยพินิจของตน ทำให้ข้าราชการจำนวนไม่น้อยมีทัศนคติในลักษณะของเจ้าขุนมูลนาย ในฐานะที่ตนมีอำนาจที่จะบันดาลผลให้พลเสียแก่ประชาชนการดำเนินความสัมพันธ์จึงเป็นไปในลักษณะที่ไม่เท่าเทียมกัน และนำไปสู่ปัญหาต่างๆ เช่น ความไม่เต็มใจที่จะให้บริการ รู้สึกไม่พอใจ เมื่อราษฎรแสดงความเห็นโต้แย้ง เป็นต้น

ดังนั้น เป้าหมายแรกของการจัดบริการแบบครบวงจร คือ การมุ่งประโยชน์ของประชาชนผู้รับบริการทั้งผู้ที่มาติดต่อและมาขอรับบริการ และผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการเป็นสำคัญ ซึ่งมีลักษณะดังนี้ คือ

1. ข้าราชการจะต้องถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการ อย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุม ผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน

2. การกำหนดระเบียบ วิธีปฏิบัติ และการใช้ดุลยพินิจ จะต้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของผู้รับอย่างสะดวกและรวดเร็ว

3. ข้าราชการจะต้องมองผู้มารับบริการว่ามีฐานะและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกับตนมีสิทธิที่จะรับรู้ให้ความเห็น หรือโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่

2. ความเร็วในการให้บริการ สังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงต่างๆ อย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันกับสังคมอื่นๆ อยู่ตลอดเวลาในขณะที่ปัญหาพื้นฐานของระบบราชการ คือ ความล่าช้าที่เกิดจากความจำเป็นตามลักษณะการบริการราชการเพื่อประโยชน์ส่วนรวมแห่งรัฐ แต่ในหลายส่วนความล่าช้าของระบบราชการเป็นที่เรื่องที่สามารถแก้ไขได้ เช่น ความล่าช้าที่เกิดจากการปิดภาระในการตัดสินใจ ความล่าช้าที่เกิดจากการกระจายอำนาจ หรือเกิดจากการกำหนดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น หรือความล่าช้าที่เกิดขึ้นเพราะขาดการพัฒนางาน หรือนำเทคโนโลยีที่ไม่เหมาะสมมาใช้ เป็นต้น ปัญหาที่ตามมาคือ ระบบราชการถูกมองว่าเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้า และเป็นตัวถ่วงในระบบการแข่งขันเสรี ดังนั้นระบบราชการจำเป็นจะต้องตั้งเป้าหมายในอันที่จะพัฒนาการให้บริการให้มีความรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งอาจจะกระทำได้ใน 3 ลักษณะ คือ

อนึ่ง การพัฒนาความรวดเร็วในการบริการเป็นเรื่องที่สามารถกระทำได้ทั้งขั้นตอนก่อนการให้บริการซึ่งได้แก่ การวางแผน การเตรียมการต่างๆ ให้พร้อมที่จะให้บริการและนำการบริการไปสู่ผู้ที่สมควรที่จะได้รับบริการเป็นการล่วงหน้า เพื่อป้องกันปัญหาหรือความเสียหาย เช่น การแจกจ่ายน้ำสำหรับหมู่บ้านที่ประสบภัยแล้งนั้น หน่วยราชการไม่จำเป็นที่จะต้องรอให้มีการร้องขอแต่อาจนำไปแจกจ่ายให้แก่หมู่บ้านเป้าหมายล่วงหน้าได้เลย การพัฒนาความรวดเร็วในขั้นตอนให้บริการ เมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการ และการพัฒนาความรวดเร็ว ในขั้นตอนภายหลังการให้บริการ เช่น การรายงาน การติดตามผล การจัดเก็บเอกสารต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้งานของการให้บริการสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น การให้บริการในการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชน ซึ่งจะต้องมีการจัดส่งเอกสารหลักฐานให้ส่วนกลางเพื่อจัดทำบัตร การแจ้งย้ายปลายทางซึ่งสำนักทะเบียนปลายทางจะต้องรอการยืนยันหลักฐานทางทะเบียนจากสำนักทะเบียนต้นทาง เป็นต้น

3. การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจรอีกประการหนึ่งก็คือความสำเร็จสมบูรณ์ของการให้บริการ ซึ่งหมายถึงการเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับ โดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนัก ซึ่งลักษณะที่ดีของการให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียว หรือไม่เกิด 2 ครั้ง

นอกจากนี้ การให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ ยังหมายถึงความพยายามที่จะให้บริการในเรื่องอื่นๆ ที่ผู้มาติดต่อขอรับบริการสมควรจะได้รับด้วย แม้ว่าผู้มาขอรับบริการจะไม่ได้ขอรับบริการในเรื่องนั้นก็ตาม แต่ถ้าเห็นว่าเป็นสิทธิประโยชน์ของผู้มาขอคัดสำเนาทะเบียนบ้าน หากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพบว่า บัตรประจำตัวประชาชนของผู้นั้นหมดอายุแล้ว ก็ดำเนินการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนใหม่ เป็นต้น

4. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นเป้าหมาย ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ในการพัฒนาการให้บริการเชิงรุก ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนบางส่วนยังมีความรู้สึกว่าการติดต่อขอบริการจากทางราชการเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก และเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเต็มใจที่จะให้บริการ ดังนั้นจึงมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการบริการของรัฐและต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาของการสื่อสารทำความเข้าใจกัน ดังนั้น หากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพยายามให้บริการด้วยความกระตือรือร้นแล้ว ก็จะทำให้ผู้มารับบริการเกิดทัศนคติที่ดี ยอมรับฟังเหตุผล คำแนะนำต่างๆ มากขึ้น และเต็มใจที่จะมารับบริการในเรื่องอื่นๆ อีก นอกจากนี้ ความกระตือรือร้นในการให้บริการยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริการนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีความสมบูรณ์ ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธาของประชาชนในที่สุด

5. การให้บริการด้วยความถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ การพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจรนั้น ไม่เพียงแต่จะต้องให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์เท่านั้น แต่จะต้องมีความถูกต้องชอบธรรมทั้งในแง่ของนโยบายและระเบียบแบบแผนของทางราชการและถูกต้องในเชิงศีลธรรมจรรยาด้วย ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้ดุลยพินิจของข้าราชการเป็นสำคัญ เช่น ในกรณีที่มีผู้มาขออนุญาตมีและใช้อาวุธปืน นายทะเบียนจะต้องมีการสอบสวนข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความประพฤติและความจำเป็นของผู้รับบริการด้วย หรือในกรณีที่มีผู้มาขอจดทะเบียนหย่า แม้ว่านายทะเบียนจะสามารถดำเนินการให้ได้ตามความประสงค์ แต่ในแง่ศีลธรรมจรรยาแล้ว ก็ควรจะมีการพุดจาไกล่เกลี่ย พุดจากับคู่สมรสเสียก่อน ดังนั้นการใช้ดุลยพินิจการให้บริการประชาชนจึงต้องเป็นไปอย่างถูกต้องและสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งการตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้บังคับบัญชา หรืออาจเป็นการตรวจสอบจากภายนอก ซึ่งที่สำคัญก็คือ ศีลธรรม และจรรยาทางวิชาชีพของตัวข้าราชการเอง

6. ความสุภาพอ่อนน้อม เป้าหมายอีกประการหนึ่งของการพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจร คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อทางราชการ อันจะส่งผลให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันเป็นไปได้ง่ายขึ้น ความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการนั้น จะเกิดขึ้นได้ก็โดยการพัฒนาทัศนคติของข้าราชการให้เข้าใจว่าตนมีหน้าที่ในการให้บริการ และเป็นหน้าที่ที่มีความสำคัญ รวมทั้งมีความรู้สึกเคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีของผู้ที่มาขอรับบริการ

7. ความเสมอภาค การให้บริการแบบครบวงจรจะต้องถือว่าข้าราชการมีหน้าที่จะต้องให้บริการประชาชนโดยเสมอภาค ซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไข ดังนี้

7.1 การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกัน และได้รับผลที่สมบูรณ์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใครก็ตาม หรือเรียกว่าความเสมอภาคในการให้บริการ

7.2 การให้บริการจะต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับการด้วยทั้งนี้ เพราะประชาชนบางส่วนของประเทศ เป็นกลุ่มบุคคลที่มีข้อจำกัดในเรื่องความสามารถในการที่จะติดต่อขอรับบริการจากรัฐ เช่น มีรายได้น้อย ขาดความเข้าใจหรือข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ อยู่ในพื้นที่ห่างไกลทุรกันดาร เป็นต้น ดังนั้นการจัดบริการของทางราชการจะต้องคำนึงถึงกลุ่มนี้ด้วย โดยจะต้องพยายามนำบริการไปให้ผู้รับบริการตามสิทธิประโยชน์ที่คาดจะได้รับ เช่น การจัดบริการหน่วยเคลื่อนที่ต่างๆ การลดเงื่อนไขในการรับบริการให้เหมาะสมกับความสามารถของผู้รับบริการ เช่น การออกบัตรสงเคราะห์ในการรักษาพยาบาลให้แก่ผู้มีรายได้น้อย การเรียกเก็บค่าปรับในอัตราที่ต่ำตามที่กฎหมายกำหนด เมื่อเห็นว่าผู้รับบริการไม่เจตนาที่เล็งการปฏิบัติตามกฎหมาย แต่เป็นเพราะขาดข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น ซึ่งอาจเรียกความเสมอภาคนี้ว่า ความเสมอภาคที่จะได้รับการที่จำเป็นจากรัฐ (อภิชัย พรหมพิทักษ์กุล, 2540:15-20)

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร หรือ Package Service เป็นการให้บริการที่มีเป้าหมายที่จะให้ประชาชนได้รับการที่ควรจะได้รับ อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ มีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มุ่งจะให้บริการในเชิงส่งเสริมและสร้างความสัมพันธ์และสร้างทัศนคติที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ตลอดจนเป็นการให้บริการที่มีความถูกต้องชอบธรรม สามารถตรวจสอบได้ และสร้างความเสมอภาคทั้งในการให้บริการและในการที่จะได้รับบริการจากรัฐ

2.3.4 แนวคิดการพัฒนาการบริหารงานบริการ

แนวคิดการพัฒนาการบริการออกเป็น 2 ลักษณะ สามารถแบ่งเป็นแนวคิดการพัฒนาการบริการแบบดั้งเดิมและแบบสมัยใหม่ ซึ่งมีสาระโดยสังเขปดังนี้

1. แนวคิดการพัฒนาการบริการงานแบบดั้งเดิม แนวคิดนี้จะเน้นที่การเพิ่มกำไรให้แก่องค์กรเป็นสำคัญด้วยความคิด วิธีการ แนวทางในการปฏิบัติจะถูกกำหนดมาจากผู้บริหารระดับสูงขององค์กร (top – down assignments) ผู้อำนวยการหรือผู้จัดการเป็นผู้กำหนดทิศทางกฎระเบียบแนวปฏิบัติ พนักงานมีหน้าที่คือปฏิบัติตามที่ถูกกำหนดไว้แนวคิดแบบดั้งเดิมนี้อาจมองคุณภาพว่าเป็นสิ่งที่ต้องแลกเปลี่ยนเชิงธุรกิจ.

2. แนวคิดการพัฒนาการบริการแบบสมัยใหม่ จุดเน้นของการให้บริการแนวใหม่จะอยู่ที่คุณภาพของบริการ ความเชื่อถือได้ของการให้บริการจัดส่ง (service delivery) มีความยืดหยุ่นในการผลิตการให้บริการ ให้มีความสำคัญกับทรัพยากรบุคคลขององค์กร ไม่ถือว่าเป็นต้นทุนที่ต้องเสียสินทรัพย์ไปในการรับเข้าทำงานแต่เน้นที่ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็น เป้าหมายสำคัญของความอยู่รอดความรุ่งเรืองในธุรกิจดังนั้น ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหารบริการจะมุ่ง “เอาใจ” ผู้รับบริการเป็นสำคัญ โดยทั่วไปแล้วผู้ปฏิบัติกับผู้คิดริเริ่มเป็นคนๆ เดียวกัน ผู้บริหารให้ความสนใจ

ต่อนวัตกรรมสิ่งใหม่ๆ ที่จะสามารถช่วยปรับปรุงระบบการบริการองค์กรให้ดีขึ้น ดังนั้นจึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับการฝึกอบรมและการพัฒนาเป็นอันมาก

ผู้ทำงานบริการในยุคปัจจุบันพึงให้ความสำคัญกับองค์ประกอบ 3 ประการ ดังนี้

1. ค่านิยมของผู้รับบริการ (customer value) ผู้ทำงานบริการควรมีความรู้และเข้าใจว่า ผู้รับบริการมีข้อกำหนดมีความต้องการ มีความคาดหวังอะไรบ้าง คำว่า “คุณภาพของบริการ” ที่ผู้รับบริการมองหาคืออะไร “ความถูกกว่า” สามารถตอบสนองผู้รับบริการในทุกๆ โอกาส ผู้บริหารจะแสวงหากลยุทธ์เสริมสร้างคุณค่าของการบริการในสายตาของผู้รับบริการผ่านแผนการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเสนอผลประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะได้รับจากการใช้บริการคุ้มกับราคาหรือต้นทุนที่ ผู้รับบริการต้องแลกเปลี่ยน

ผู้บริหารการบริการแนวใหม่จะถือว่าคุณค่าเกิดจากองค์ประกอบหลายประการ คุณค่าเป็นผลมาจากคุณภาพของบริการที่เพิ่มขึ้น ขณะที่ใช้เวลาดลดลงและต้นทุนต่ำ นอกจากนั้นคุณค่าของผู้รับบริการยังสามารถพิจารณาได้จากคุณภาพการวัดประเมินกลุ่มเป้าหมาย การปรับปรุงท่าทีผลการทำธุรกิจ การออกแบบสินค้าและการบริการ

2. การจัดระบบขององค์การบริการ (organizational systems) ผู้บริการจะใช้ปัจจัยนำเข้าทรัพยากรต่างๆ ที่องค์การมี และกระบวนการต่างๆ ของการบริหารใช้เทคโนโลยีข่าวสารข้อมูล ตลอดจนการตัดสินใจเข้าช่วยส่งเสริมคุณค่าผู้รับบริการให้เป็นที่ตรงกับความต้องการผู้บริหารจะเข้ามาเกี่ยวข้องมีแผนเพื่อการปรับปรุงพัฒนาความรู้ความเข้าใจของทิศทาง ที่พึงเปลี่ยนแปลงการมีพันธมิตรผูกพันต่อการดำเนินการ พนักงานจะได้รับการเพิ่มอำนาจให้ปฏิบัติงานและในการตัดสินใจ แก้ไขปัญหาต่างๆ แม้จะมีความคิดเห็นขัดแย้งกันในเรื่องของงานแต่ก็สามารถผลักดันให้งานบริการประสบความสำเร็จได้โดยมีปัญหาระหว่างบุคคลน้อย ลดสภาพความสัมพันธ์แบบชนะ-แพ้ให้ปรากฏมีน้อยที่สุด มีการติดต่อกันระหว่างสายงาน พนักงานให้รับรู้กลยุทธ์ของผู้บริหารในแนวทางเดียวกัน การสื่อสารในองค์การทำได้อย่างทั่วถึง

3. จะเน้นการคิดและปฏิบัติซึ่งแสดงให้เห็นถึงเปลี่ยนแปลงในการให้บริการที่ดีกว่าเดิม ความแปลกใหม่เป็นที่ประทับใจจะไม่รอให้เกิดความจำเป็นแล้วจึงให้มีความเปลี่ยนแปลงปรับปรุงแต่จะคิดคาดคะเนแสวงหาแนวคิดปฏิบัติจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะจากผู้รับบริการ เปิดรับฟังคำชี้แนะความต้องการจากพนักงานและผู้รับบริการอยู่เสมอ การตัดสินใจจะไม่ถือคนว่ามีอำนาจตามตำแหน่งแต่จะรับฟังตามความรู้และประสบการณ์มากกว่า ไม่เน้นการกำกับควบคุมแต่จะเป็นผู้ให้แนวทางกว้างๆ ในการปฏิบัติ การให้บริการ

แนวคิดการบริการที่มีคุณภาพ (Total Quality Management: TQM) ค่านิยมของ TQM มีว่า Total มีความหมายว่าสมาชิกขององค์การทุกคน ทุกฝ่าย และทุกระดับขององค์การต่างก็มุ่งไปที่

คุณภาพ (quality) หมายถึง ความเป็นเลิศ (excellence) ในทุกแง่มุมของ องค์การและการบริหาร (management) หมายถึง การมุ่งสู่คุณภาพเป็นผลมาจากกระบวนการบริหารคุณภาพซึ่งเริ่มต้นจากกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์และครอบคลุมไปถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการเงิน และอื่นๆ เขามีความเห็นได้ว่าได้รวมนิยามของคุณภาพต่างๆ ในอดีตเอาไว้ทั้งหมด แต่มีความเหนือกว่าและเป็นกระบวนการปรับปรุงที่ไม่มีสิ้นสุด (ธงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ 2540:142)

หลักการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ มีดังต่อไปนี้

1. คุณภาพต้องการความร่วมมือจากบุคลากรทั้งหมด
2. คุณภาพต้องการผู้ร่วมงานที่มีคุณภาพสูง
3. คุณภาพจะต้องเป็นที่ยอมรับโดยลูกค้า
4. คุณภาพจะสะท้อนถึงกิจกรรมของบริษัททั้งหมด ไม่ใช่เฉพาะแต่ผลิตภัณฑ์ของบริษัท
5. คุณภาพต้องมีการปรับปรุงให้ดีขึ้นตลอดเวลา
6. การปรับปรุงคุณภาพต้องการให้มีผลกระทบที่สูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด
7. คุณภาพไม่ได้ทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นเสมอไป (หลังจากคำนึงถึงผลได้และค่าใช้จ่ายที่

รอบคอบ) (นฤตล ชูบุญ.2538:17)

จุดสำคัญของ TQM ประการหนึ่งคือ การมองเห็นความสัมพันธ์ภายในองค์การในลักษณะของกระบวนการ (process) โดยเฉพาะได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดตั้ง (suppliers) และลูกค้า(customers)ทั้งภายในและภายนอกองค์การ (ธงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ.2540:154)

ในการบริหารองค์การแบบ TQM ประกอบด้วย 1) สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า 2) มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและรับผิดชอบต่อสังคม 3) ให้การศึกษาและพัฒนาบุคลากรตลอดเวลา 4) ทุกคนในองค์การมีส่วนร่วมในการสร้างคุณภาพ 5) ให้ความสำคัญแก่กระบวนการ 6) กระบวนการถัดไปคือลูกค้าซึ่งลูกค้าของบริษัทแบบ TQM มิใช่เพียงแค่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทเท่านั้น หากแต่ยังหมายถึงเพื่อนร่วมงานที่อยู่ระหว่างการถัดไปซึ่งรับเอาผลงานของเราไปจัดการต่อด้วย บางครั้งเราเรียกลูกค้าประเภทนี้ว่า “ลูกค้าภายใน” (วีรพจน์ ลือประสิทธิ์กุล 2539:8)

2.4 ความพึงพอใจในการบริการ

2.4.1 ภาพรวมของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (satisfaction) เป็นความรู้สึกที่รับรู้ด้วยจิตใจและอาจแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมต่างๆ ใ้บุคคลรอบข้างได้รับรู้ การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจจึงมักมีผู้ที่พยายามจะอธิบายในทัศน หรือความหมายของความพึงพอใจไว้ในแง่มุมต่างๆ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้

ทำการศึกษา เช่น ศึกษาในแง่ของเจตคติ แรงจูงใจ ความคาดหวังการได้รับรางวัล และความสมดุลทางอารมณ์ โดยทั่วไปการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจมักนิยามศึกษากันในสองมิติคือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (job satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (service satisfaction) ซึ่งในการศึกษาของผู้วิจัยเป็นการวิจัยความพึงพอใจในการรับบริการ ซึ่งมีผู้กล่าวถึงความหมายของความพึงพอใจที่ผู้วิจัยรวบรวมไว้ ดังนี้

ขริณี เดชจินดา (2534:14) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติ (attitude) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

อัมพร เจริญชัย (2521:25) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจหมายถึงสิ่งที่สนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เป็นการลดความเครียดทางด้านร่างกายและจิตใจ หรืออาจเป็นสภาพของความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความสดชื่นอิ่มเอมใจ ตลอดจนสร้างทัศนคติในทางบวกต่อบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามความพอใจในการปฏิบัติต่อ สิ่งนั้น

พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต (2537:149-150) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจว่าหมายถึง ปฏิกริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า โดยที่แสดงออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน ซึ่งบ่งบอกถึงผลการประเมินในลักษณะเป็นด้านบวก หรือด้านลบ หรือไม่มีปฏิกริยาต่อสิ่งเร้านั้น

หลุย จำปาเทศ (2538:8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (need) ได้บรรลุเป้าหมายพฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สัมผัสได้จากสายตา คำพูด การแสดงออก

พิทักษ์ ตรุษทิม (2538:24) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงประมาณค่า ซึ่งจะเห็นได้ว่าเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกไม่ออก

เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540:98) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงพอใจหรือภาวะของการมีอารมณ์ในทางบวกที่มีผลเกิดขึ้นเนื่องจากการ ประเมิน ประสพการณ์ของคนๆ หนึ่ง สิ่งที่เขาคาดหวังไประหว่างเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานแห่งความพอใจและไม่พอใจได้

อุทัยพรรณ สุดใจ (2544:7) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงการประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งนั้นเป็นไปในทางบวก หรือทางลบ ความรู้สึกหรือทัศนคติในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อมีความสุข ปราศจากความทุกข์ ได้รับการตอบสนองอย่างสมบูรณ์ครบถ้วน หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่งต่อสิ่งนั้น แสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นด้วย แต่ถ้าเป็นความรู้สึกที่

ปราศจากความสุข มีความทุกข์ ได้รับการตอบสนองไม่สมบูรณ์ครบถ้วน หรือไม่บรรลุจุดหมายในระดับหนึ่งต่อสิ่งนั้น ก็จะมีความรู้สึกหรือทัศนคติในทางลบ แสดงให้เห็นสภาพของความไม่พึงพอใจต่อสิ่งนั้น ความพึงพอใจอาจเปลี่ยนแปลงไปได้ตามกาลเวลาและสถานการณ์แวดล้อมอื่นๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป

ความหมายของความพึงพอใจจากผู้ให้นิยามข้างต้นสรุปคือ ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันของบุคคลในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าบุคคลนั้นจะต้องได้รับการตอบสนองอย่างสมบูรณ์ เป็นความสุขที่เกิดจากการปรับตัวของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี ระหว่างความต้องการของบุคคลกับการได้รับการตอบสนองจนบรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข ซึ่งเป็นผลทางจิตวิทยา สรีระวิทยาและสิ่งแวดล้อม

2.4.2 ความพึงพอใจในการบริการ

การวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการ โทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 จะเน้นการประเมินค่าโดยผู้ให้บริการจากตัวชี้วัดที่ด้านบริการซึ่งมีนักวิชาการได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในลักษณะใกล้เคียงและ สัมพันธ์กับเรื่องทัศนคติ ดังนี้คือ

วรรณิ์ บันเทิง และคณะ (2533:66-69) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจหลังการได้รับบริการว่าเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่างๆ ดังนี้คือ

1. ด้านความสะดวกที่จะได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

ศศิธร พูลสุข (2538:23) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าว คือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับสามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มได้อีก ดังนั้นจะเห็นว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคล มากกว่า ความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

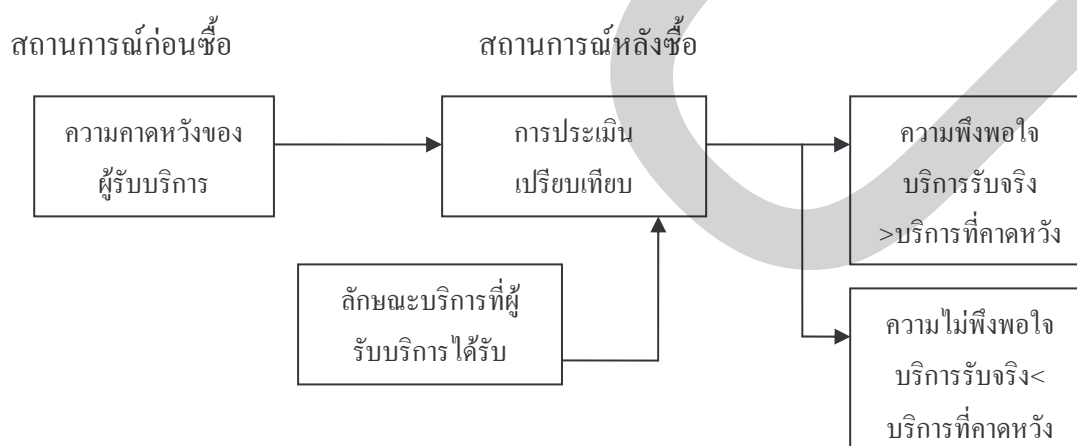
จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2544 ข:8) ได้เสนอแนว คิดความพึงพอใจในการบริการว่า

1. การบริการไม่ว่าจะเป็นผลจากการประเมินคุณภาพของการบริการหรือการให้บริการ ในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น

2. ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ เป็นพฤติกรรมการแสดงออกในทางบวก ของบุคคลที่เกิดจากการประเมินความแตกต่าง ระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงใน สถานการณ์การบริการ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่ เกิดขึ้น โดยมีองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ 2 ประการ คือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและคุณภาพของการบริการ

3. ความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ จะครอบคลุมความพึงพอใจของ ผู้รับบริการและผู้ให้บริการที่มีต่อการบริการ ในแง่ของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ระดับของ ความพึงพอใจ และประเภทของความพึงพอใจ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของ ผู้รับบริการและผู้ให้บริการ

โอลิเวอร์ (Oliver 1980:460-469) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและ บริการซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึก ในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้ รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้า คาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจาก การประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การ ได้รับที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ

ที่มา:จิตตินันท์ เดชะคุปต์ 2544 ข:19

พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการรับรู้ถึงการได้รับการบริการซึ่งตรงกับที่คาดหวังของลูกค้าหลังการซื้อและการใช้บริการนั้น

ในธุรกิจการบริการนั้น การให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้รับบริการนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ เพราะเป้าหมายสูงสุดของการบริการก็คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าชอบใจและติดใจกลับมาใช้บริการอีกต่อไป การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการจะทำให้ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้างและรักษาความพึงพอใจของ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ทั้งในฐานะของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในกระบวนการบริการ กลยุทธ์การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการอีก นำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด ส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น กล่าวได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ หากกิจการใดนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของลูกค้า มีผลทำให้ลูกค้าพึงพอใจต่อบริการนั้น และมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อไป คุณภาพของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น เช่น สถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ และบุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่น

วันชัย คำเจริญ (2545:52) ได้ให้ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ โดยแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. องค์การบริการ พยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้า สำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการผู้รับบริการย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้ การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้ การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลายๆ สถานการณ์ทุกวันนี้น้อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วย เพราะการบริการในหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวกและแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

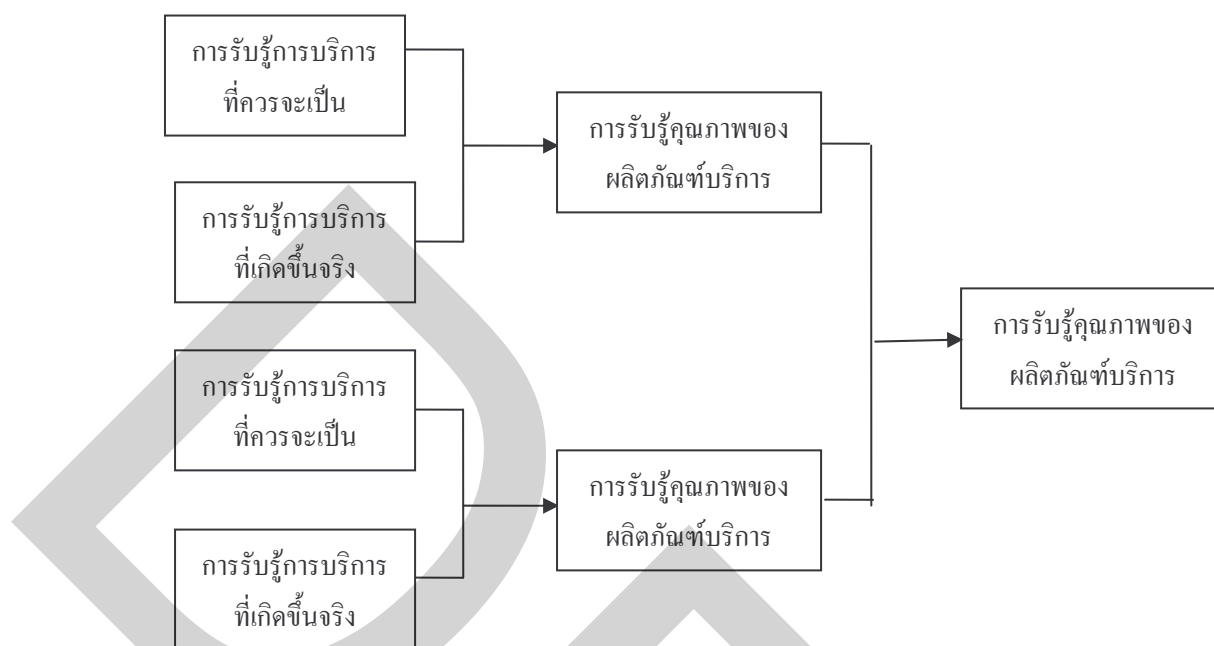
2. ผู้ปฏิบัติงานบริการพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการซึ่งเป็นงานที่สำคัญต่อชีวิตของคนเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและ การแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์การ เมื่อองค์การบริการให้ความสำคัญกับการ

สร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการ ทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทน สวัสดิการและความก้าวหน้าในชีวิตการงาน พนักงานบริการก็ย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นไปในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ใช้บริการต่อไป ทำให้อาชีพบริการเป็นที่รู้จักมากขึ้น

สรุปได้ว่า ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ ในการที่ทำให้องค์การบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการได้ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้างและรักษาความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าพอใจและกลับมาใช้บริการอีกต่อไป

กรอนรูส (Gronroos, 1990:37-39) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการประกอบด้วย องค์ประกอบ 2 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพบริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด จึงจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ในด้านความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิกิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ความรับผิดชอบต่อการให้บริการ ใ้ภาษาสื่อความหมายและปฏิบัติตนในการให้บริการ สิ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยโมเดลจิตของการบริการที่แท้จริง สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ที่มา : Gronroos. 1990:39

2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธภา เล็กวัฒนานนท์ (2539) ศึกษาการให้บริการทางโทรศัพท์เพื่อช่วยเหลือผู้อยู่ในภาวะวิกฤตของสมาคมสมาไรตันส์ พบว่าบริการรับฟังและช่วยแก้ไขปัญหาด้านโทรศัพท์ที่มีบทบาทในการช่วยลดความเครียดที่เกิดขึ้นในสังคม และช่วยทดแทนภาวะเสื่อมสลายของสถาบันครอบครัวไทย และเนื่องจากปัญหาส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการซึ่งเกี่ยวกับภาวะวิกฤตในชีวิต โดยเฉพาะการฆ่าตัวตาย ซึ่งถือเป็นความสำคัญมากนั้น ใช้การติดต่อทางโทรศัพท์ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีข้อจำกัดหลายประการ ดังนั้นผลของการให้บริการจึงขึ้นกับความสามารถในการติดต่อสื่อสารของผู้ให้และผู้รับบริการ จึงมีการจัดเพิ่มพูนทักษะในการให้บริการทางโทรศัพท์อย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมขวัญและกำลังใจแก่อาสาสมัคร รัฐบาลควรสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานในลักษณะนี้ และควรมีการประชาสัมพันธ์ให้บริการทางโทรศัพท์เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น ควรมีการศึกษาวิจัยการดำเนินงานของหน่วยงานอื่นที่ลักษณะเดียวกันกับสมาคมสมาไรตันส์ เพื่อนำมากำหนดวิธีการให้บริการซึ่งมีประสิทธิภาพ การศึกษาวิจัยถึงความต้องการของผู้ใช้บริการทางโทรศัพท์ในแง่มุมอื่น และศึกษาหารูปแบบในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับงานบริการทางโทรศัพท์

เจริญ แก้วพรรณา (2542) ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนผู้มารับบริการที่มีต่อการให้บริการโทรศัพท์ของสำนักงานบริการโทรศัพท์ กรณีฝ่ายโทรศัพท์นครหลวงที่ 4 ผลวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันในด้านอายุ สถานภาพสมรส ประสบการณ์การรับบริการ ชนิดของการรับบริการ วันมารับบริการ วันเดือนปีที่มาใช้บริการ เวลามาใช้บริการ การเป็นเจ้าของเลขหมายโทรศัพท์และแหล่งข่าวสาร มีความคิดเห็นด้านสภาพแวดล้อมและ สถานที่แตกต่างกัน
2. กลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันในด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และสำนักงานบริการโทรศัพท์ มีความคิดเห็นด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. กลุ่มที่มีความแตกต่างกันในด้านอายุ รายได้ ประสบการณ์ การรับบริการ ชนิดของบริการ วันมารับบริการ วันเดือนปีที่มาใช้บริการ เวลามาใช้บริการ การเป็นเจ้าของเลขหมายโทรศัพท์และแหล่งข่าวสาร มีความคิดเห็นด้านบริการโทรศัพท์ที่ไม่แตกต่างกัน
4. กลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันในเรื่องเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และสำนักงานบริการโทรศัพท์ มีความคิดเห็นด้านบริการโทรศัพท์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อุทัยพรรณ สดใจ (2544) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยด้านบริการหลังการติดตั้ง พบว่ามีความพึงพอใจในด้านบริการหลังการติดตั้งในระดับต่ำ โดยพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องความพอใจในการบริการของพนักงานในการแก้ไขเลขหมายขัดข้อง

ซีทฮาเมล (Zeithamel) และคณะ (1996) กล่าวว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับลูกค้าในระดับหนึ่ง จึงได้ทำการวิจัยพฤติกรรมการตอบสนองผู้บริโภค เพื่อเป็นสัญญาณให้รู้ว่ายังมีเหลืออยู่หรือละทิ้งไป พฤติกรรมที่วัดได้แก่ ความภักดี การจัดการธุรกิจที่สามารถแข่งขันได้ การลดราคาสินค้า และผลตอบแทนที่ได้รับ การตอบสนองจากภายนอกและการตอบสนองจากภายใน ผลจากการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้า โดยปัจจัยด้านความภักดีมีผลต่อคุณภาพการบริการมากที่สุด และพบว่าลูกค้าจะพิจารณาตัวบริษัทเป็นลำดับแรกก่อนจะตัดสินใจซื้อบริการ

วันชัย คำเจริญ (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน สำนักงานบริการโทรศัพท์ทั้งามวงศวาน องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย โดยภาพรวมพบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเท่ากับ 3.52

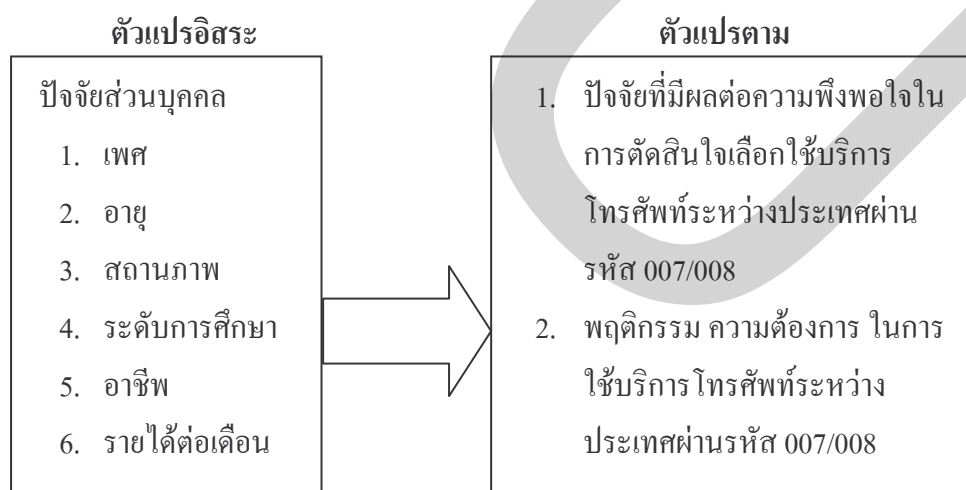
บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา: ผู้ใช้บริการในเขตนิคมอุตสาหกรรม บางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี” เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัย ได้แก่ กรอบแนวคิดของการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การทดสอบเครื่องมือ การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวัดตัวแปรที่ศึกษา ซึ่งได้กำหนดตัวแปรเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และ ตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) วิจัยคือประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) แบบช่วงชั้น (Stratified Sampling) จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ตามสูตรของ Taro Yamane การกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิจัยเป็นสูตรของ Taro Yamane

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (3.1)$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง
 N = ขนาดประชากร
 e = ระดับความคลาดเคลื่อน

ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และกำหนดจำนวนตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถามให้ครอบคลุมพื้นที่ คือ

- | | |
|--|---------|
| 1. โรงงานทอกระสอบ | 100 ชุด |
| 2. โรงงานอิเล็กทรอนิกส์เอ็นเตอร์ไพรส์ | 100 ชุด |
| 3. บริษัท เทเลวิชั่น จำกัด (มหาชน) | 100 ชุด |
| 4. บริษัท พี ซี บี ซัพพลาย จำกัด (มหาชน) | 100 ชุด |

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการป้องกันความผิดพลาดสำหรับแบบสอบถามที่อาจเกิดขึ้นขณะทำการสำรวจอีกร้อยละ 5 คือ 20 ชุด จึงรวมเป็นทั้งหมด 420 ชุด

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้จำแนกตามแหล่งที่มา 2 ส่วนคือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลในส่วนนี้ โดยใช้วิธีการสำรวจจากการสร้างแบบสอบถาม
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้ารวบรวมข้อมูล เอกสาร ตำราวิชาการ ผลงานวิจัย จากหน่วยงานต่างๆ เช่น สถาบันวิชาการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ห้องสมุดสภาวิจัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ส่วนบริหารผลิตภัณฑ์ ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์สื่อสารทาง

สายระหว่างประเทศ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) หอสมุดมหาวิทยาลัยรามคำแหง และอื่นๆ รวมทั้งค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 วิธีสร้างแบบสอบถาม

ศึกษารายละเอียดของวัตถุประสงค์ในการวิจัยเป็นหลัก ในการตั้งประเด็นคำถามเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่สามารถบรรลุเป้าหมายการวิจัยได้โดยศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของประชาชน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี จำนวน โดยมีการจัดลำดับคำถามอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อความสะดวกในการตอบและป้องกันความสับสน เน้นคำถามแบบปิด (Closed Ended)

3.4.2 การกำหนดรูปแบบของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นโดยอาศัยการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้ครอบคลุมเนื้อหา และวัตถุประสงค์ในการศึกษา โดยประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป มีจำนวน 6 ข้อ ชนิดของแบบสอบถามเป็นแบบ Multiple Choice ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามใช้วัดพฤติกรรม ความต้องการ ในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี ชนิดของแบบสอบถามเป็นแบบ Multiple Choice จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์ ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดของไลเกิร์ต (Likert Scale) จำนวน 15 ข้อ

โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ คือพึงพอใจน้อยที่สุดให้ 1 คะแนน พึงพอใจน้อยให้ 2 คะแนน พึงพอใจปานกลางให้ 3 คะแนน พึงพอใจมากให้ 4 คะแนน พึงพอใจมากที่สุดให้ 5 คะแนน โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยได้กำหนดช่วงคะแนนไว้ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2534)

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของประชากรในเขต นิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการด้านต่างๆ จำนวน 2 ข้อ

3.5 การทดสอบเครื่องมือ

ผู้สอบถามนำแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/008 ไปทดสอบหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อขอคำแนะนำ ตลอดจนพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องด้วยเนื้อหา ความชัดเจนของข้อคำถาม และประเด็นคำถาม เพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมและมีความถูกต้องก่อนนำไปใช้ โดยมีรายชื่อดังต่อไปนี้

1. ผศ.ดร. ประณต บุญไชยอภิสิทธิ์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษาสาขา
วิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการ
สื่อสาร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
2. น.อ.ดร. วีระชัย เขาว์กำเนิด ตำแหน่ง ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษาสาขา
วิชาการจัดการโทรคมนาคม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
3. นางอรรณณ จุละยานนท์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการส่วนบริหารผลิตภัณฑ์
ระหว่างประเทศ ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์
ระหว่างประเทศบริษัท ทีโอที
จำกัด (มหาชน)
4. นางสาวนพวรรณ สุขประเสริฐ ตำแหน่ง ผู้จัดการศูนย์ระบบรับเรื่องร้องเรียน
ส่วนบริหารผลิตภัณฑ์ระหว่าง
ประเทศฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ระหว่าง
ประเทศบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package For The Social Sciences) โดยใช้สถิติในการวิจัยดังนี้

1. สถิติเพื่อบรรยาย (Descriptive Statistics) ใช้เป็นสถิติเบื้องต้นในการอภิปรายผล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation;SD)

2. สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เพื่อการทดสอบสมมติฐาน (Test Statistics) ใช้เป็นสถิติในการหาความสัมพันธ์ของข้อมูล และทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้แก่

ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามจัดอยู่ในแบบกลุ่ม (Nominal Scale) หรือแบบ Ordinal Scale จะใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square) ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร ซึ่งในที่นี้ใช้ทดสอบสมมติฐานการ 2 ข้อ คือ 1. สถิติเพื่อบรรยาย ใช้เป็นสถิติเบื้องต้นในการอภิปรายผล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation;SD) 2. สถิติอ้างอิง เพื่อการทดสอบสมมติฐาน (Test Statistics) ใช้เป็นสถิติในการหาความสัมพันธ์ของข้อมูล และทดสอบสมมติฐานการวิจัย

3.7 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยสรุปดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

กิจกรรม	ระยะเวลา / เดือน							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1. ศึกษาทฤษฎีและหลักการ								
2. หาข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่าง								
3. จัดทำแบบสอบถาม								
4. วิเคราะห์ข้อมูล								
5. ประมวลผลและสรุปผลวิจัย								
6. สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ								

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา: ผู้ใช้บริการในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการศึกษประกอบด้วย 5 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมความต้องการในการใช้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ การทดสอบสมมติฐาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ค่าตามตารางที่ 4.1 ถึงตารางที่ 4.6 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	168	42.0
หญิง	232	58.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.0 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.0

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20–30 ปี	70	17.5
31–40 ปี	179	44.8
41–60 ปี	141	35.2
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	10	2.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อายุ 31–40 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมา คือ อายุ 41–60 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.2 อายุ 20–30 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.5 และอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	181	45.2
สมรส	208	52.0
หย่า/ร้าง	11	2.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ สถานภาพสมรส มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา คือ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 45.2 สถานภาพหย่า/ร้าง คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	9	2.2
ปวช. / ปวส.	17	4.3
ปริญญาตรี	275	68.7
สูงกว่าปริญญาตรี	99	24.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.7 รองลงมาคือ การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.8 การศึกษาระดับ ปวช./ปวส. คิดเป็นร้อยละ 4.3 และการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 2.2

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	152	38.0
นักเรียน / นักศึกษา	14	3.5
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท	220	55.0
อื่น ๆ	14	3.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมาคือ เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 38.0 และเป็นนักเรียน/นักศึกษา กับประกอบอาชีพอื่นๆ โดยมีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	12	3.0
5,001–10,000 บาท	17	4.2
10,001–30,000 บาท	231	57.8
มากกว่า 30,000 บาท	140	35.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001–30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.0 รายได้ต่อเดือน 5,001–10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.2 และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.0

4.2 พฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศ

พฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศสรุปได้ดังตารางที่ 4.7 ถึงตารางที่ 4.16 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละจำแนกตามแหล่งของข้อมูลที่ต้องการทราบ

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ / โทรทัศน์	291	72.7
ออกนุสรตามสรรพสินค้า	51	12.8
แจกจ่ายโบชัวร์ตามสำนักงานบริการ	42	10.5
ออกพบปะลูกค้าโดยตรง	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการให้มีการโฆษณา / ประชาสัมพันธ์ทางด้านวิทยุ / โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.7

รองลงมา คือ การออกบูธตามสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 12.8 การแจกจ่ายโบชัวร์ตามสำนักงานบริการ คิดเป็นร้อยละ 10.5 และการออกพบปะลูกค้าโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความต้องการให้ปรับปรุง

ข้อความ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการโฆษณา / ประชาสัมพันธ์	120	30.0
ด้านอัตราค่าบริการ	96	24.0
ด้านคุณภาพ	130	32.5
ด้านบริการหลังการขาย	54	13.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีการปรับปรุงด้านคุณภาพ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมา คือ ด้านการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 30.0 ด้านอัตราค่าบริการ คิดเป็นร้อยละ 24.0 และด้านบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 13.5

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละจำแนกตามการรับรู้ข้อมูลของสื่อ

สื่อของข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ / โทรทัศน์	309	77.3
หนังสือพิมพ์	20	5.0
อินเทอร์เน็ต	28	7.0
ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ	43	10.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการทราบข้อมูลจากสื่อวิทยุ / โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.3 รองลงมาคือ จากป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 10.7 จากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 7.0 และจากหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละจำแนกตามช่วงเวลาให้บริการ

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
06.00–12.00 น.	33	8.2
12.01–18.00 น.	86	21.5
18.01–20.00 น.	121	30.3
20.01–05.59 น.	160	40.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้บริการในช่วงเวลา 20.00–05.59 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 18.01–20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 30.3 ช่วงเวลา 12.01–18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 21.5 และช่วงเวลา 06.00–12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.2

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละจำแนกตามวันที่ให้บริการ

วัน	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา (จันทร์–ศุกร์)	203	50.7
วันหยุด (เสาร์–อาทิตย์)	197	49.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้บริการในวันธรรมดา (จันทร์–ศุกร์) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.7 และช่วงวันหยุด (เสาร์–อาทิตย์) คิดเป็นร้อยละ 49.3

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละจำแนกตามประเภทโทรศัพท์ที่ใช้บริการ

ประเภทโทรศัพท์	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์บ้าน	275	68.7
โทรศัพท์ที่ทำงาน	77	19.3
โทรศัพท์เคลื่อนที่	39	9.8
โทรศัพท์สาธารณะ	9	2.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้โทรศัพท์ประเภทโทรศัพท์บ้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.7 รองลงมา คือ โทรศัพท์ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 19.3 โทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 9.8 และโทรศัพท์สาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 2.2

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระยะเวลาการให้บริการ

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 นาที	133	33.3
6-10 นาที	210	52.5
11-30 นาที	42	10.5
มากกว่า 30 นาที	15	3.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้เวลาในการโทรแต่ละครั้งอยู่ในช่วงเวลาระหว่าง 6-10 นาที มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมา คือ ช่วงเวลาน้อยกว่า 5 นาที คิดเป็นร้อยละ 33.3 ช่วงเวลา 11 -30 นาที คิดเป็นร้อยละ 10.5 และช่วงเวลามากกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความคิดที่จะกลับมาใช้บริการ

ความคิด	จำนวน	ร้อยละ
กลับมาใช้บริการเพิ่มขึ้น	291	72.7
กลับมาใช้บริการลดลง	109	27.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดจะกลับมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.7 และผู้ที่คิดว่าจะกลับมาใช้บริการลดลง คิดเป็นร้อยละ 27.3

ตารางที่ 4.15 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่จะกลับมาใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น

หน่วย:คน (ร้อยละ)

ข้อความ	มากที่สุด	ปานกลาง	น้อย
- มีธุรกิจต้องติดต่อต่างประเทศ	55 (13.7)	18 (4.5)	9 (2.3)
- มีญาติพี่น้องอยู่ต่างประเทศ	142 (35.5)	37 (9.2)	23 (5.8)
- อัตราค่าบริการถูก	74 (18.5)	145 (36.2)	46 (11.5)
- การต่อสายง่ายและรวดเร็ว	13 (3.3)	34 (8.5)	66 (16.5)
- สะดวกในการชำระค่าบริการ	7 (1.8)	57 (14.3)	147 (36.8)

จากตารางที่ 4.15 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีแนวโน้มใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยให้เหตุผลความสำคัญมากที่สุด คือ ญาติพี่น้องอยู่ต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 35.5 เหตุผลความสำคัญระดับปานกลางคือเรื่องอัตราค่าบริการถูก คิดเป็นร้อยละ 36.2 และเหตุผลความสำคัญน้อยที่สุดคือสะดวกในการชำระค่าบริการ คิดเป็นร้อยละ 36.8

ตารางที่ 4.16 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่จะไม่กลับมาใช้บริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศลดลง

หน่วย:คน (ร้อยละ)

ข้อความ	มากที่สุด	ปานกลาง	น้อย
- ความจำเป็นในการใช้บริการมีน้อย	69 (17.3)	11 (2.8)	9 (2.3)
- โทร ดิดยาก	18 (4.5)	33 (8.3)	17 (4.3)
- สัญญาณเสียงปลายทางไม่ชัดเจน	17 (4.3)	28 (7.0)	42 (10.5)
- ไม่ชอบรูปแบบการโฆษณา	-	28 (7.0)	23 (5.8)
- ใช้บริการ 001,001-009 ของ CAT สะดวกกว่า	5 (1.3)	8 (2.0)	18 (4.5)

จากตารางที่ 4.16 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีแนวโน้มใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศลดลง โดยให้เหตุผลความสำคัญมากที่สุดเรื่องความจำเป็นในการใช้บริการมีน้อย คิดเป็นร้อยละ 17.3 เหตุผลความสำคัญระดับปานกลางคือการโทรติดยาก คิดเป็นร้อยละ 8.3 และเหตุผลความสำคัญน้อยที่สุดคือเรื่องสัญญาณเสียงปลายทางไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 10.5

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศสรุปได้ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 จำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ 007/008

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008	N	Mean	Std. Deviation	ระดับความพึงพอใจ
ด้านข้อมูลข่าวสาร				
1. ความถูกต้อง / สมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร	400	3.33	.802	ปานกลาง
2. ข้อมูลข่าวสารเป็นประโยชน์ต่อท่าน	400	3.34	.829	ปานกลาง
3. สื่อต่างๆ สร้างความประทับใจและจดจำง่าย	400	3.15	.846	ปานกลาง
รวม	400	3.28	.713	ปานกลาง
ด้านอัตราค่าบริการ				
1. ค่าใช้บริการมีความเหมาะสม	400	3.44	.885	ปานกลาง
2. ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการเปิดใช้	400	3.65	.949	มาก
รวม	400	3.54	.844	มาก
ด้านคุณภาพการบริการ				
1. ความพร้อมในการใช้งาน	400	3.45	.860	ปานกลาง
2. ความสะดวกในการขอใช้บริการ	400	3.47	.843	ปานกลาง
3. ความเข้าใจง่ายของวิธีการที่ใช้บริการที่ระบุไว้ในสื่อโฆษณา	400	3.39	.851	ปานกลาง
4. ประสิทธิภาพของบริการ	400	3.36	.870	ปานกลาง
5. การโทรติดและการเชื่อมต่อเลขหมาย ปลายทางได้ง่าย	400	3.37	.880	ปานกลาง
รวม	400	3.41	.761	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.17 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ถ้ามองโดยภาพรวมของความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่าง ประเทศผ่านรหัส007/008 จะมีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.33

ซึ่งสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเป็นราย ข้อในแต่ละ ด้านของความพึงพอใจ ได้ดังต่อไปนี้

ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารเป็นประโยชน์ต่อตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 รองลงมา คือ ความถูกต้อง/สมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และสื่อต่าง ๆ ที่ออกมาสร้างความประทับใจและทำให้ท่านจดจำได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ตามลำดับ ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านอัตราค่าบริการ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการเปิดใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 รองลงมา คือ ค่าใช้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านการชำระค่าบริการ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความถูกต้องของข้อมูล/ใบเสร็จ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 รองลงมา คือ ข้อมูล/ใบเสร็จฯ สามารถตรวจสอบได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ช่องทางการชำระค่าบริการมีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ความรวดเร็ว/ทันเวลาในการรับใบแจ้งหนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และมรรยาทในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านคุณภาพการบริการ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกในการขอใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 รองลงมา คือ ความพร้อมในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ความเข้าใจง่ายของวิธีการใช้บริการที่ระบุไว้ในสื่อโฆษณา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 การโทรติดและการเชื่อมต่อเลขหมายปลายทางได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 และประสิทธิภาพของบริการ (ความชัดเจนและความเร็ว) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านบริการหลังการขาย พบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความรวดเร็วในการแก้ไขให้ใช้งานได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อเจ้าหน้าที่เมื่อมีเหตุขัดข้องมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 และมีการติดตามและประเมินผลงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01

4.4 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ 007/008

ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ 007/008สรุปได้ดังตารางที่ 4.18 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.18 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาและอุปสรรค ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ 007 / 008

หน่วย:คน (ร้อยละ)

ปัญหาและอุปสรรค	มากที่สุด	ปานกลาง	น้อย
- โทร. ดิดยาก	63 (15.8)	42 (10.5)	36 (9.0)
- ไม่ทราบวิธีการใช้	38 (9.5)	35 (8.8)	20
- ข้อมูลข่าวสารไม่ทันสมัย/ไม่มีสื่อโฆษณา	79 (19.8)	52 (13.0)	32 (8.0)
- สัญญาณไม่ดี ฟังการสนทนาไม่ชัดเจน/คุณภาพไม่ดี	66 (16.5)	64 (16.0)	37 (9.3)
- ไม่ได้ได้รับความสะดวกในการติดต่อจาก เจ้าหน้าที่เมื่อมีเหตุขัดข้องในการใช้งาน	44 (11.0)	42 (10.5)	54 (13.5)
- ตรวจสอบการชำระค่าบริการยากเมื่อคิดว่าอัตราค่าบริการไม่ถูกต้อง	55 (13.8)	47 (11.8)	54 (13.5)
- ได้รับผลการตรวจสอบช้าเมื่อมีการ ร้องเรียน	9 (2.3)	62 (15.5)	62 (15.5)
- อัตราค่าบริการแพง	20 (5.0)	25 (6.3)	25 (6.3)
- ได้รับใบแจ้งหนี้ช้า ทำให้ไม่สามารถ ชำระค่าบริการได้ทันตามกำหนด	5 (1.3)	11 (2.8)	30 (7.5)
- อัตราค่าบริการไม่คงที่ ทำให้ควบคุมค่าใช้จ่ายยาก	21 (5.3)	21 (5.3)	51 (12.8)

จากตารางที่ 4.18 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ มากที่สุดคือเรื่องของการได้รับข้อมูลข่าวสารไม่ทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 19.8 ให้ความสำคัญปานกลางคือเรื่องสัญญาณไม่ดี ฟังการสนทนาไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ เรื่อง ได้รับผลการตรวจสอบซ้ำเมื่อมีการร้องเรียน คิดเป็นร้อยละ 15.5

4.5 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานสรุปได้ดังตารางที่ 4.19 ถึงตารางที่ 4.84 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.5.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008

ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 / 008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

เพศ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	โฆษณาทางสื่อ	ออกบูธ	แจกโบชัวร์	ออกพบลูกค้า	รวม		
ชาย	122	17	22	7	168	3.45	0.32
	30.5%	4.3 %	5.5 %	1.8 %	42.0 %		
หญิง	169	34	20	9	232		
	42.3 %	8.5 %	5.0 %	2.3 %	58.0 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 3.45$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.32) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

อายุ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	โฆษณาทางสื่อ	ออกบูธ	แจกโบชัวร์	ออกพบลูกค้า	รวม		
20-30 ปี	52	11	7	0	70	25.50	0.00*
	13.0 %	2.8 %	1.8 %	.0 %	17.5%		
31-40 ปี	134	28	12	5	179		
	33.5 %	7.0 %	3.0 %	1.3 %	44.8 %		
41-60 ปี	100	12	19	10	141		
	25.0 %	3.0 %	4.8 %	2.5 %	35.3 %		
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	5	0	4	1	10		
	1.3 %	.0 %	1.0 %	.3 %	2.5 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

H_1 : อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 25.50$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.00) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุป

ผลได้ว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน แต่มีความต้องการที่ตรงกัน ในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ / โทรทัศน์ ที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

สถานภาพ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	โฆษณาทางสื่อ	ออกบูธ	แจกโบชัวร์	ออกพบลูกค้า	รวม		
โสด	129	28	18	6	181	4.80	0.56
	32.3 %	7.0 %	4.5 %	1.5 %	45.3 %		
สมรส	156	21	22	9	208		
	39.0 %	5.3 %	5.5 %	2.3 %	52.0 %		
หย่า/ร้าง	6	2	2	1	11		
	1.5 %	.5 %	.5 %	.3 %	2.8 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

H_1 : สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 4.80$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.56) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุป

ผลได้ว่า สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ระดับการศึกษา	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	โฆษณาทางสื่อ	ออกบูธ	แจกโบชัวร์	ออกพบลูกค้า	รวม		
มัธยมตอนปลาย / ต่ำกว่า	5	1	2	1	9	20.85	0.01*
	1.3 %	.3 %	.5 %	.3 %	2.3 %		
ปวช. / ปวส.	10	2	4	1	17		
	2.5 %	.5 %	1.0 %	.3 %	4.3 %		
ปริญญาตรี	217	30	21	7	275		
	54.3 %	7.5 %	5.3 %	1.8 %	68.8 %		
สูงกว่าปริญญาตรี	59	18	15	7	99		
	14.8 %	4.5 %	3.8 %	1.8 %	24.8 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

H_1 : ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 20.85$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.01) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็น

เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน แต่มีความต้องการที่เหมือนกันในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ / โทรทัศน์ ให้มากขึ้นเพื่อเป็นการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ 4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

อาชีพ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	โฆษณาทางสื่อ	ออกบูธ	แจกโบชัวร์	ออกพบลูกค้า	รวม		
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	163	25	20	12	220	9.72	0.37
	40.8 %	6.3 %	5.0 %	3.0 %	55.0 %		
นักเรียน / นักศึกษา	11	1	2	0	14		
	2.8 %	.3 %	.5 %	.0 %	3.5 %		
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท	106	25	17	4	152		
	26.5 %	6.3 %	4.3 %	1.0 %	38.0 %		
อื่น ๆ	11	0	3	0	14		
	2.8 %	.0 %	.8 %	.0 %	3.5 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

H_1 : อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 9.72$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.37) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

รายได้ต่อเดือน (บาท)	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	โฆษณา ทางสื่อ	ออกนุร	แจกโบชัวร์	ออกพบ ลูกค้า	รวม		
ต่ำกว่า 5,000	9	0	3	0	12	8.91	0.44
	2.3 %	.0 %	.8 %	.0 %	3.0 %		
5,001–10,000	11	4	2	0	17		
	2.8 %	1.0 %	.5 %	.0 %	4.3 %		
10,001–30,000	169	32	22	8	231		
	42.3 %	8.0 %	5.5 %	2.0 %	57.8 %		
มากกว่า 30,000	102	15	15	8	140		
	25.5 %	3.8 %	3.8 %	2.0 %	35.0 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

H_1 : รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 8.91$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.44) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

เพศ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	การโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์	อัตรา ค่าบริการ	คุณภาพ	ความ ชัดเจน	รวม		
ชาย	48	48	49	23	168	3.71	0.29
	12.0 %	12.0 %	12.3 %	5.8 %	42.0 %		
หญิง	72	48	81	31	232		
	18.0 %	12.0 %	20.3 %	7.8 %	58.0 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

H_1 : เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 3.71$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.29) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

อายุ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์	อัตรา ค่าบริการ	คุณภาพ	ความ ชัดเจน	รวม		
20-30 ปี	20	22	19	9	70	18.64	0.02*
	5.0 %	5.5 %	4.8 %	2.3 %	17.5 %		
31-40 ปี	59	44	55	21	19		
	14.8 %	11.0 %	13.8 %	5.3 %	44.8 %		
41-60 ปี	38	29	55	19	141		
	9.5 %	7.3 %	13.8 %	4.8 %	35.3 %		
มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	3	1	1	5	10		
	.8 %	.3 %	.3 %	1.3 %	2.5 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

H_1 : อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 18.64$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.02) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20-40 ปี มีความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านปรับปรุงการบริการในเรื่องของการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-60 ปี

ต้องการให้มีการปรับปรุงการบริการด้านคุณภาพของการใช้บริการและอายุมากกว่า 60 ปี ต้องการให้มีการปรับปรุงบริการด้านบริการหลังการขาย

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

สถานภาพ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์	อัตราค่าบริการ	คุณภาพ	ความชัดเจน	รวม		
โสด	53	45	62	21	181	8.06	0.23
	13.3 %	11.3 %	15.5 %	5.3 %	45.3 %		
สมรส	67	47	62	32	208		
	16.8 %	11.8 %	15.5 %	8.0 %	52.0 %		
หย่า/ร้าง	0	4	6	1	11		
	.0 %	1.0 %	1.5 %	.3 %	2.8 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

H_1 : สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 8.06$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.23) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่าสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้
บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

ระดับการศึกษา	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์	อัตรา ค่าบริการ	คุณภาพ	ความชัดเจน	รวม		
มัธยมตอน ปลาย/ต่ำกว่า	3	3	1	2	9	8.42	0.49
	.8 %	.8 %	.3 %	.5 %	2.3 %		
ปวช./ปวส.	3	4	8	2	14		
	.8 %	1.0 %	2.0 %	.5 %	4.3 %		
ปริญญาตรี	90	66	87	32	275		
	22.5 %	16.5 %	21.8 %	8.0 %	68.8 %		
สูงกว่าปริญญา ตรี	24	23	34	18	99		
	6.0 %	5.8 %	8.5 %	4.5 %	24.8 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

H_1 : ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 8.42$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.49) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

อาชีพ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์	อัตรา ค่าบริการ	คุณภาพ	ความ ชัดเจน	รวม		
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	75	38	72	35	220	23.61	0.00*
	18.8 %	9.5 %	18.0 %	8.8 %	55.0 %		
นักเรียน / นักศึกษา	3	5	5	1	14		
	.8 %	1.3 %	1.3 %	.3 %	3.5 %		
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท	38	50	51	13	152		
	9.5 %	12.5 %	12.8 %	3.3 %	38.0 %		
อื่น ๆ	4	3	2	5	14		
	1.0 %	.8 %	.5 %	1.3 %	3.5 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

H_1 : อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 23.61$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.00) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความต้องการให้ปรับปรุงการบริการด้านการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ นักเรียน/นักศึกษา มีความต้องการให้ปรับปรุงการบริการทางด้านอัตราค่าบริการ

และคุณภาพการบริการ อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัท ต้องการให้ปรับปรุงการบริการด้านคุณภาพ และประกอบอาชีพอื่น ๆ มีความต้องการให้ปรับปรุงการบริการ

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

รายได้ต่อเดือน (บาท)	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์	อัตรา ค่าบริการ	คุณภาพ	ความ ชัดเจน	รวม		
ต่ำกว่า 5,000	6	2	4	0	12	15.30	0.08
	1.5 %	.5 %	1.0 %	.0 %	3.0 %		
5,001–10,000	6	8	2	1	17		
	1.5 %	2.0 %	.5 %	.3 %	4.3 %		
10,001–30,000	75	47	77	32	231		
	18.8 %	11.8 %	19.3 %	8.0 %	57.8 %		
มากกว่า 30,000	33	39	47	21	140		
	8.3 %	9.8 %	11.8 %	5.3 %	35.0 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

H_1 : รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 15.30$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.08) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้

เพศ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	วิทยุ/โทรทัศน์	หนังสือ พิมพ์	อินเทอร์เน็ต	ป้ายโฆษณา	รวม		
ชาย	29	10	16	13	168	5.61	0.13
	32.3 %	2.5 %	4.0 %	3.3 %	42.0 %		
หญิง	180	10	12	30	232		
	45.0 %	2.5 %	3.0 %	7.5 %	58.0 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้

H_1 : เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 5.61$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.13) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้

อายุ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	วิทยุ/โทรทัศน์	หนังสือ พิมพ์	อินเทอร์เน็ต	ป้าย โฆษณา	รวม		
20-30 ปี	50	2	5	13	70	15.45	0.07
	12.5 %	.5 %	1.3 %	3.3 %	17.5 %		
31-40 ปี	137	10	17	15	179		
	34.3 %	2.5 %	4.3 %	3.8 %	44.8 %		
41-60 ปี	114	8	4	15	141		
	28.5 %	2.0 %	1.0 %	3.8 %	35.3 %		
มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	8	0	2	0	10		
	2.0 %	.0 %	.5 %	.0 %	2.5 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้

H_1 : อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 15.45$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.07) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่รับรู้

สถานภาพ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	วิทยุ/โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์	อินเทอร์เน็ต	ป้ายโฆษณา	รวม		
โสด	136	10	16	19	181	3.58	0.73
	34.0 %	2.5 %	4.0 %	4.8 %	45.3 %		
สมรส	165	9	12	22	208		
	41.3 %	2.3 %	3.0 %	5.5 %	52.0 %		
หย่า/ร้าง	8	1	0	2	11		
	2.0 %	.3 %	.0 %	.5 %	2.8 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่รับรู้ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่รับรู้

H_1 : สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่รับรู้

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 3.58$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.73) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่รับรู้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.34 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมและความต้องการในการ เลือกใช้
บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่รับรู้

ระดับ การศึกษา	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	วิทยุ/โทรทัศน์	หนังสือ พิมพ์	อินเทอร์เน็ต	ป้าย โฆษณา	รวม		
มัธยมตอน ปลาย/ต่ำกว่า	6	2	1	0	9	15.49	0.07
	1.5 %	.5 %	.3 %	.0 %	2.3 %		
ปวช./ปวส.	11	1	0	5	17		
	2.8 %	.3 %	.0 %	1.3 %	4.3 %		
ปริญญาตรี	216	3	18	27	275		
	54.0 %	.8 %	4.5 %	6.8 %	68.8 %		
สูงกว่า ปริญญาตรี	76	20	9	11	99		
	19.0 %	5.0 %	2.3 %	2.8 %	24.8 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.34 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่รับรู้ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่รับรู้

H_1 : ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่รับรู้

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 15.49$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.07) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่รับรู้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.35 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้

อาชีพ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	วิทยุ/โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์	อินเทอร์เน็ต	ป้ายโฆษณา	รวม		
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	177	10	9	24	220	9.48	0.39
	44.3 %	2.5 %	2.3 %	6.0 %	55.0 %		
นักเรียน / นักศึกษา	10	1	1	2	14		
	2.5 %	.3 %	.3 %	.5 %	3.5 %		
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท	110	8	17	17	152		
	27.5 %	2.0 %	4.3 %	4.3 %	38.0 %		
อื่น ๆ	12	1	1	0	14		
	3.0 %	.3 %	.3 %	.0 %	3.5 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.35 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้

H_1 : อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 9.48$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.39) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.36 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้

รายได้ต่อเดือน (บาท)	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	วิทยุ / โทรทัศน์	หนังสือ พิมพ์	อินเทอร์เน็ต	ป้าย โฆษณา	รวม		
ต่ำกว่า 5,000	8	2	0	2	12	25.28	0.00*
	2.0 %	.5 %	.0 %	.5 %	3.0 %		
5,001–10,000	10	3	3	1	17		
	2.5 %	.8 %	.8 %	.3 %	4.3 %		
10,001-30,000	174	6	20	31	231		
	43.5 %	1.5 %	5.0 %	7.8 %	57.8 %		
มากกว่า 30,000	117	9	5	9	140		
	29.3 %	2.3 %	1.3 %	2.3 %	35.0 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.36 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้

H_1 : รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 25.28$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.00) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนทุกระดับรายได้ มีความต้องการทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศทางด้านสื่อที่ได้รับรู้ทางด้านวิทยุ/โทรทัศน์ มากที่สุด

ตารางที่ 4.37 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

เพศ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	06.00-12.00	12.01-18.00	18.01-20.00	20.01-05.59	รวม		
ชาย	13	39	47	69	168	1.06	0.78
	3.3 %	9.8 %	11.8 %	17.3 %	42.0 %		
หญิง	20	47	74	91	232		
	5.0 %	11.8 %	18.5 %	22.8 %	58.0 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.37 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

H_1 : เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 1.06$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.78) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.38 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

อายุ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	06.00-12.00	12.01-18.00	18.01-20.00	20.01-05.59	รวม		
20-30 ปี	2	15	23	30	70	18.60	0.02*
	.5 %	3.8 %	5.8 %	7.5 %	17.5 %		
31-40 ปี	19	46	42	72	179		
	4.8 %	11.5 %	10.5 %	18.0 %	44.8 %		
41-60 ปี	11	24	49	57	41		
	2.8 %	6.0 %	12.3 %	14.3 %	35.3 %		
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	1	1	7	1	10		
	.3 %	.3 %	1.8 %	.3 %	2.5 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.38 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

H_1 : อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 18.60$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.29) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20-60 ปี มีความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ในช่วงเวลาเดียวกัน คือ ระหว่างเวลา 20.01-05.59 มากที่สุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ในช่วงเวลา 18.01-20.00 น.

ตารางที่ 4.39 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

สถานภาพ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	06.00-12.00	12.01-18.00	18.01-20.00	20.01-05.59	รวม		
โสด	8	45	51	77	181	13.94	0.03*
	2.0 %	11.3 %	12.8 %	19.3 %	45.3%		
สมรส	25	37	65	81	208		
	6.3 %	9.3 %	16.3 %	20.3%	52.0 %		
หย่า/ร้าง	0	4	5	2	11		
	.0 %	1.0 %	1.3 %	.5 %	2.8 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.39 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

H_1 : สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 13.94$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.03) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดและสมรส มีความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการเหมือนกันคือช่วงเวลา 20.01–05.59 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่า/ร้าง มีความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในช่วงเวลา 18.01–20.00 น.

ตารางที่ 4.40 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

ระดับการศึกษา	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	06.00-12.00	12.01-18.00	18.01-20.00	20.01-05.59	รวม		
มัธยมตอนปลาย/ต่ำกว่า	1	0	4	4	9	13.33	0.14
	.3 %	.0 %	1.0 %	1.0 %	2.3 %		
ปวช./ปวส.	2	3	7	5	17		
	.5 %	.8 %	1.8 %	1.3 %	4.3 %		
ปริญญาตรี	16	58	82	119	275		
	4.0 %	14.5 %	20.5 %	29.8 %	68.8 %		
สูงกว่าปริญญาตรี	14	25	28	32	99		
	3.5 %	6.3 %	7.0 %	8.0 %	24.8 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.40 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

H_1 : ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 13.33$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.14) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.41 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

อาชีพ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	06.00-12.00	12.01-18.00	18.01-20.00	20.01-05.59	รวม		
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	24	8	71	87	220	26.48	0.00*
	6.0 %	9.5 %	17.8 %	21.8 %	55.0 %		
นักเรียน/ นักศึกษา	1	1	5	7	14		
	.3 %	.3 %	1.3 %	1.8 %	3.5 %		
พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท	6	45	36	65	152		
	1.5 %	11.3 %	9.0 %	16.3 %	38.0 %		
อื่น ๆ	2	2	9	1	14		
	.5 %	.5 %	2.3 %	.3 %	3.5 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.41 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

H_1 : อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 26.48$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.00) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท มีความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ในช่วงเวลา 20.01–05.59 ส่วนกลุ่ม

ตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอื่นๆ จะมีความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในช่วง เวลา 18.01–20.00 น.

ตารางที่ 4.42 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

รายได้ต่อเดือน (บาท)	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ					χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	06.00-12.00	12.01-18.00	18.01-20.00	20.01-05.59	รวม		
ต่ำกว่า 5,000	0	1	2	9	12	14.87	0.09
	.0 %	.3 %	.5 %	2.3 %	3.0 %		
5,001–10,000	3	3	5	6	17		
	.8 %	.8 %	1.3 %	1.5 %	4.3 %		
10,001–30,000	24	46	67	94	231		
	6.0 %	11.5 %	16.8 %	23.5 %	57.8 %		
มากกว่า 30,000	6	36	47	51	140		
	1.5 %	9.0 %	11.8 %	12.8 %	35.0 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.42 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

H_1 : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 14.87$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.09) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.43 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

เพศ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ			χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	วันจันทร์-ศุกร์	วันเสาร์-อาทิตย์	รวม		
ชาย	82	86	168	0.43	0.50
	20.5 %	21.5 %	42.0 %		
หญิง	121	111	232		
	30.3 %	27.8 %	58.0 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.43 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

H_1 : เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 0.43$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.50) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.44 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

อายุ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ			χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	วันจันทร์-ศุกร์	วันเสาร์-อาทิตย์	รวม		
20-30 ปี	34	36	70	11.30	0.01*
	8.5 %	9.0 %	17.5 %		
31-40 ปี	103	76	179		
	25.8 %	19.0 %	44.8 %		
41-60 ปี	65	76	141		
	16.3 %	19.0 %	35.3 %		
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	1	9	10		
	.3 %	2.3 %	2.5 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.44 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

- H_0 : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ
- H_1 : อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 11.30$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.01) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-30 ปี อายุ 41-60 ปี และอายุมากกว่า 60 ปี มีความต้องการในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ซึ่งอีกกลุ่มตัวอย่างหนึ่งที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในวันธรรมดา (วันจันทร์-ศุกร์)

ตารางที่ 4.45 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

สถานภาพ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ			χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	วันจันทร์-ศุกร์	วันเสาร์-อาทิตย์	รวม		
โสด	88	93	181	0.62	0.73
	22.0 %	23.3 %	45.3 %		
สมรส	109	99	208		
	27.3 %	24.8 %	52.0 %		
หย่า/ร้าง	6	5	11		
	1.5 %	1.3 %	2.8 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.45 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

H_1 : สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 0.62$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.73) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.46 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

ระดับการศึกษา	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ			χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	วันจันทร์-ศุกร์	วันเสาร์-อาทิตย์	รวม		
มัธยมตอนปลาย/ต่ำกว่า	1	8	9	9.56	0.02*
	.3 %	2.0 %	2.3 %		
ปวช./ปวส.	7	10	17		
	1.8 %	2.5 %	4.3 %		
ปริญญาตรี	136	139	275		
	34.0 %	34.8 %	68.8 %		
สูงกว่าปริญญาตรี	59	40	99		
	14.8 %	10.0 %	24.8 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.46 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

- H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ
- H_1 : ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 9.56$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.02) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านวันที่ใช้บริการ คือวันธรรมดา (วันจันทร์-ศุกร์) ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาด้านวันที่ใช้บริการที่มีความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในช่วงวันหยุด (วันเสาร์-อาทิตย์)

ตารางที่ 4.47 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

อาชีพ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ			χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	วันจันทร์-ศุกร์	วันเสาร์-อาทิตย์	รวม		
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	106	114	220	4.26	0.23
	26.5 %	28.5 %	55.0 %		
นักเรียน/ นักศึกษา	6	8	14		
	1.5 %	2.0 %	3.5 %		
พนักงาน/ลูกจ้าง บริษัท	86	66	152		
	21.5 %	16.5 %	38.0 %		
อื่น ๆ	5	9	14		
	1.3 %	2.3 %	3.5 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.47 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

- H_0 : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ
- H_1 : อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 4.26$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.23) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.48 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

รายได้ต่อเดือน (บาท)	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ			χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	วันจันทร์-ศุกร์	วันเสาร์-อาทิตย์	รวม		
ต่ำกว่า 5,000	4	8	12	2.32	0.50
	1.0 %	2.0 %	3.0 %		
5,001–10,000	7	10	17		
	1.8 %	2.5 %	4.3 %		
10,001– 30,000	121	110	231		
	30.3 %	27.5 %	57.8 %		
มากกว่า 30,000	71	69	140		
	17.8 %	17.3 %	35.0 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.48 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

- H_0 : รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ
- H_1 : รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 2.32$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.50) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.49 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

เพศ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ			χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	ใช้เพิ่มขึ้น	ใช้ลดลง	รวม		
ชาย	118	50	168	0.92	0.33
	29.5 %	12.5 %	42.0 %		
หญิง	173	59	232		
	43.3 %	14.8 %	58.0 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.49 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

- H_0 : เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ
- H_1 : เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 0.92$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.33) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.50 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

อายุ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ			χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	ใช้เพิ่มขึ้น	ใช้ลดลง	รวม		
20-30 ปี	47	23	70	4.65	0.19
	11.8 %	5.8 %	17.5 %		
31-40 ปี	137	42	179		
	34.3 %	10.5 %	44.8 %		
41-60 ปี	98	43	141		
	24.5 %	10.8 %	35.3 %		
มากกว่า60ปีขึ้นไป	9	1	10		
	2.3 %	.3 %	2.5 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.50 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

- H_0 : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ
- H_1 : อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 4.65$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.19) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.51 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

สถานภาพ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ			χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	ใช้เพิ่มขึ้น	ใช้ลดลง	รวม		
โสด	130	51	181	12.63	0.00*
	32.5 %	12.8 %	45.3 %		
สมรส	158	50	208		
	39.5 %	12.5 %	52.0 %		
หย่า/ร้าง	3	8	11		
	.8 %	2.0 %	2.8 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.51 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

- H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ
- H_1 : สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 12.63$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.00) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส และสถานภาพโสด มีความคิดเห็นและความต้องการในการใช้บริการโทรศัพท์โดยมีแนวโน้มว่าจะใช้บริการเพิ่มมากขึ้น อีกกลุ่มตัวอย่างหนึ่งสถานภาพหย่า/ร้าง มีแนวโน้มว่าจะใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศลดลงกว่าเดิม

ตารางที่ 4.52 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

ระดับการศึกษา	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ			χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	ใช้เพิ่มขึ้น	ใช้ลดลง	รวม		
มัธยมตอน ปลาย/ต่ำกว่า	4 1.0 %	5 1.3 %	9 2.3 %	4.47	0.21
ปวช./ปวศ.	11 2.8 %	6 1.5 %	17 4.3 %		
ปริญญาตรี	204 51.0 %	71 17.8 %	275 68.8 %		
สูงกว่าปริญญา ตรี	72 18.0 %	27 6.8 %	99 24.8 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.52 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

H_1 : ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 4.47$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.21) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.53 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

อาชีพ	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ			χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	ใช้เพิ่มขึ้น	ใช้ลดลง	รวม		
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	165	55	220	3.28	0.34
	41.3 %	13.8 %	55.0 %		
นักเรียน/ นักศึกษา	9	5	14		
	2.3 %	1.3 %	3.5 %		
พนักงาน/ลูกจ้าง บริษัท	105	47	152		
	26.3 %	11.8 %	38.0 %		
อื่น ๆ	12	2	14		
	3.0 %	.5 %	3.5 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.53 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

- H_0 : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ
- H_1 : อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์
ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 3.28$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.34) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.54 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

รายได้ต่อเดือน (บาท)	พฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการ			χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	ใช้เพิ่มขึ้น	ใช้ลดลง	รวม		
ต่ำกว่า 5,000	8	4	12	0.57	0.90
	2.0 %	1.0 %	3.0 %		
5,001–10,000	12	5	17		
	3.0 %	1.3 %	4.3 %		
10,001–30,000	171	60	231		
	42.8 %	15.0 %	57.8 %		
มากกว่า 30,000	100	40	140		
	25.0 %	10.0 %	35.0 %		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.54 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

H_1 : รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 0.57$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.90) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.5.2 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านอัตราค่าใช้บริการ ด้านการชำระค่าบริการ ด้านคุณภาพการบริการ และด้านบริการหลังการขาย มีความสัมพันธ์กันตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.55 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

เพศ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ชาย	7	61	76	22	2	168	2.27	0.68
	1.8%	15.3%	19.0%	5.5%	.5%	42.0%		
หญิง	7	80	120	23	2	232		
	1.8%	20.0%	30.0%	5.8%	.5%	58.0%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.55 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

H_1 : เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 2.27$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.68) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.56 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

อายุ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
20-30 ปี	5	22	33	10	0	70	10.01	0.61
	1.3%	5.5%	8.3%	2.5%	.0%	17.5%		
31-40 ปี	5	67	84	21	2	179		
	1.3%	16.8%	21.0%	5.3%	.5%	44.8%		
41-60 ปี	3	47	76	13	2	141		
	.8%	11.8%	19.0%	3.3%	.5%	35.3%		
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	1	5	3	1	0	10		
	.3%	1.3%	.8%	.3%	.0%	2.5%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.56 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

H_1 : อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 10.01$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.61) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.57 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
โสด	5	60	94	22	0	181	7.06	0.52
	1.3%	15.0%	23.5%	5.5%	.0%	45.3%		
สมรส	9	78	96	21	4	208		
	2.3%	19.5%	24.0%	5.3%	1.0%	52.0%		
หย่าร้าง	0	3	6	2	0	11		
	.0%	.8%	1.5%	.5%	.0%	2.8%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.57 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

- H_0 : สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร
- H_1 : สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 7.06$ (Asymp Sig (2-sided) = .52) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.58 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

ระดับการศึกษา	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
มัธยมศึกษาตอน ปลาย / ต่ำกว่า	0	0	6	3	0	9	26.23	0.01*
	.0%	.0%	1.5%	.8%	.0%	2.3%		
ปวช. / ปวส.	0	4	12	1	0	17		
	.0%	1.0%	3.0%	.3%	.0%	4.3%		
ปริญญาตรี	10	106	132	27	0	275		
	2.5%	26.5%	33.0%	6.8%	.0%	68.8%		
สูงกว่าปริญญาตรี	4	31	46	14	4	99		
	1.0%	7.8%	11.5%	3.5%	1.0%	24.8%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.58 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

H_1 : ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 26.23$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.01) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร ระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.59 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	6	60	122	28	4	220	23.11	0.02*
	1.5%	15.0%	30.5%	7.0%	1.0%	55.0%		
นักเรียน / นักศึกษา	1	3	8	2	0	14		
	.3%	.8%	2.0%	.5%	.0%	3.5%		
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท	6	70	62	14	0	152		
	1.5%	17.5%	15.5%	3.5%	.0%	38.0%		
อื่น ๆ	1	8	4	1	0	14		
	.3%	2.0%	1.0%	.3%	.0%	3.5%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.59 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

H_1 : อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 23.11$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.02*) ซึ่งมากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึง ไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า อาชีพ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร ระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.60 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

รายได้ (บาท)	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ต่ำกว่า 5,000	0	2	8	2	0	12	19.64	0.07
	0	.5	2.0	.5	.0	3.0		
5,001-10,000	3	3	9	2	0	17		
	.8	.8	2.3	.5	.0	4.3		
10,001-30,000	8	79	111	31	2	231		
	2.0	19.8	27.8	7.8	.5	57.8		
มากกว่า 30,000	3	57	68	10	2	140		
	.8	14.3	17.0	2.5	.5	35.0		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.60 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

H_1 : รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 19.64$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.07) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึง ไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านข้อมูลข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.61 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ

เพศ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ชาย	18	89	47	12	2	168	5.34	0.25
	4.5%	22.3%	11.8%	3.0%	.5%	42.0%		
หญิง	33	125	54	11	9	232		
	8.5%	31.3%	13.5%	2.8%	2.3%	58.0%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.61 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ

H_1 : เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 5.34$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.25) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.62 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าใช้บริการ

อายุ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
20-30 ปี	11	37	19	3	0	70	9.41	0.66
	2.8%	9.3%	4.8%	.8%	.0%	17.5%		
31-40 ปี	21	95	42	14	7	179		
	5.3%	23.8%	10.5%	3.5%	1.8%	44.8%		
41-60 ปี	18	74	39	6	4	141		
	4.5%	18.5%	9.8%	1.5%	1.0%	35.3%		
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	1	8	1	0	0	10		
	.3%	2.0%	.3%	.0%	.0%	2.5%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.62 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าใช้บริการ

H_1 : อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 9.41$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.66) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.63 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
โสด	28	91	47	9	6	181	6.95	0.54
	7.0%	22.8%	11.8%	2.3%	1.5%	45.3%		
สมรส	23	118	49	13	5	208		
	5.8%	29.5%	12.3%	3.3%	1.3%	52.0%		
หย่า/ร้าง	0	5	5	1	0	11		
	.0%	1.3%	1.3%	.3%	.0%	2.8%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.63 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญโดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ

H_1 : สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 6.95$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.54) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.64 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าใช้บริการ

ระดับการศึกษา	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
มัธยมศึกษาตอน ปลาย / ต่ำกว่า	0	7	2	0	0	9	18.48	0.10
	.0%	1.8%	.5%	.0%	.0%	2.3%		
ปวช. / ปวส.	1	9	7	0	0	17		
	.3%	2.3%	1.8%	.0%	.0%	4.3%		
ปริญญาตรี	34	151	71	15	4	275		
	8.5%	37.8%	17.8%	3.8%	1.0%	68.8%		
สูงกว่าปริญญาตรี	16	47	21	8	7	99		
	4.0%	11.8%	5.3%	2.0%	1.8%	24.8%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.64 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าใช้บริการ

H_1 : ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าใช้บริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 18.48$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.10) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.65 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	23	119	54	16	8	220	13.18	0.35
	5.8%	29.8%	13.5%	4.0%	2.0%	55.0%		
นักเรียน / นักศึกษา	0	10	4	0	0	14		
	.0%	2.5%	1.0%	.0%	.0%	3.5%		
พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท	24	77	41	7	3	152		
	6.0%	19.3%	10.3%	1.8%	.8%	38.0%		
อื่น ๆ	4	8	2	0	0	14		
	1.0%	2.0%	.5%	.0%	.0%	3.5%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.65 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ

H_1 : อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 13.18$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.35) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.66 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ

รายได้ (บาท)	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ต่ำกว่า 5,000	0	7	5	0	0	12	14.90	0.24
	.0%	1.8%	1.3%	.0%	.0%	3.0%		
5,001-10,000	5	8	4	0	0	17		
	1.3%	2.0%	1.0%	.0%	.0%	4.3%		
10,001-30,000	29	114	65	15	8	231		
	7.3%	28.5%	16.3%	3.8%	2.0%	57.8%		
มากกว่า 30,000	17	85	27	8	3	140		
	4.3%	21.3%	6.8%	2.0%	.8	35.0%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.66 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญโดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ

H_1 : รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 14.90$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.24) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.67 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

เพศ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ชาย	12	61	80	11	4	168	0.87	0.92
	3.0%	15.3%	20.0%	2.8%	1.0%	42.0%		
หญิง	15	79	117	13	8	232		
	3.8%	19.8%	29.3%	3.3%	2.0%	58.0%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.67 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

H_1 : เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 0.87$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.92) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.68 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

อายุ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
20-30 ปี	8	17	41	2	2	70	10.28	0.59
	2.0%	4.3%	10.3%	.5%	.5%	17.5%		
31-40 ปี	10	69	82	12	6	179		
	2.5%	17.3%	20.5%	3.0%	1.5%	44.8%		
41-60 ปี	8	50	69	10	4	141		
	2.0%	12.5%	17.3%	2.5%	1.0%	35.3%		
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	1	4	5	0	0	10		
	.3%	1.0%	1.3%	.0%	.0%	2.5%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.68 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

H_1 : อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 10.28$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.59) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.69 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
โสด	12	60	94	9	6	181	8.03	0.43
	3.0%	14.0%	23.5%	2.3%	1.5%	45.3%		
สมรส	15	79	94	14	6	208		
	3.8%	19.8%	23.5%	3.5%	1.5%	52.0%		
หย่า/ร้าง	0	1	9	1	0	11		
	.0%	.3%	2.3%	.3%	.0%	2.8%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.69 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

H_1 : สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 8.03$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.43) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.70 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

ระดับการศึกษา	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
มัธยมศึกษาตอน ปลาย/ต่ำกว่า	0	1	8	0	0	9	24.93	0.01*
	.0%	.3%	2.0%	.0%	.0%	2.3%		
ปวช. / ปวส.	1	2	13	1	0	17		
	.3%	.5%	3.3%	.3%	.0%	4.3%		
ปริญญาตรี	22	101	132	16	4	275		
	5.5%	25.3%	33.0%	4.0%	1.0%	68.8%		
สูงกว่าปริญญาตรี	4	36	44	7	8	99		
	1.0%	9.0%	11.0%	1.8%	2.0%	24.8%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.70 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญโดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

H_1 : ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 24.93$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.01) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ ระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.71 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	12	72	111	17	8	220	11.11	0.51
	3.0%	18.0%	27.8%	4.3%	2.0%	55.0%		
นักเรียน / นักศึกษา	0	7	7	0	0	14		
	.0%	1.8%	1.8%	.0%	.0%	3.5%		
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท	14	53	74	7	4	152		
	3.5%	13.3%	18.5%	1.8%	1.0%	38.0%		
อื่น ๆ	1	8	5	0	0	14		
	.3%	2.0%	1.3%	.0%	.0%	3.5%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.71 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

H_1 : อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 11.11$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.51) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.72 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

รายได้ (บาท)	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ต่ำกว่า 5,000	1	5	6	0	0	12	11.54	0.48
	.3%	1.3%	1.5%	.0%	.0%	3.0%		
5,001-10,000	3	4	8	2	0	17		
	.8%	1.0%	2.0%	.5%	.0%	4.3%		
10,001-30,000	17	73	18	14	9	231		
	4.3%	18.3%	29.5%	3.5%	2.3%	57.8%		
มากกว่า 30,000	6	58	65	8	3	140		
	1.5%	14.5%	16.3%	2.0%	.8%	35.0%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.72 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญโดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

H_1 : รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 11.54$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.48) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านการชำระค่าบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.73 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

เพศ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ชาย	17	53	85	12	1	168	3.05	0.54
	4.3%	13.3%	21.3%	3.0%	.3%	42.0%		
หญิง	21	80	112	13	6	232		
	5.3%	20.0%	28.0%	3.3%	1.5%	58.0%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.73 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

H_1 : เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 3.05$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.54) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.74 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

อายุ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
20-30 ปี	9	23	34	3	1	70	8.73	0.72
	2.3%	5.8%	8.5%	.8%	.3%	17.5%		
31-40 ปี	18	62	82	13	4	179		
	4.5%	15.5%	20.5%	3.3%	1.0%	44.8%		
41-60 ปี	9	47	74	9	2	141		
	2.3%	11.8%	18.5%	2.3%	.5%	35.3%		
มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	2	1	7	0	0	10		
	.5%	.3%	1.8%	.0%	.0%	2.5%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.74 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

H_1 : อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 8.73$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.72) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.75 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
โสด	16	62	93	8	2	181	5.42	0.71
	4.0%	15.5%	23.3%	2.0%	.5%	45.3%		
สมรส	2	68	97	16	5	208		
	5.5%	17.0%	24.3%	4.0%	1.3%	52.0%		
หย่าร้าง	0	3	7	1	0	11		
	.0%	.8%	1.8%	.3%	.0%	2.8%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.75 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

- H_0 : สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ
- H_1 : สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 5.42$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.71) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึง ไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.76 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

ระดับการศึกษา	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
มัธยมศึกษาตอน ปลาย / ต่ำกว่า	1	1	6	1	0	9	25.60	0.01*
	.3%	.3%	1.5%	.3%	.0%	2.3%		
ปวช. / ปวส.	1	5	11	0	0	17		
	.3%	1.3%	2.8%	.0%	.0%	4.3%		
ปริญญาตรี	25	95	142	11	2	275		
	6.3	23.8%	35.5%	2.8%	.5%	68.8%		
สูงกว่าปริญญาตรี	11	32	38	13	5	99		
	2.8%	8.0%	9.5%	3.3%	1.3%	24.8%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.76 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

H_1 : ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 25.60$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.01) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ ระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.77 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	13	76	106	19	6	220	20.64	0.15
	3.3%	19.0%	26.5%	4.8%	1.5%	55.0%		
นักเรียน / นักศึกษา	1	6	7	0	0	14		
	.3%	1.5%	1.8%	.0%	.0%	3.5%		
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท	20	49	76	6	1	152		
	5.0%	12.3	19.0%	1.5%	.0%	38.0%		
อื่น ๆ	4	2	8	0	0	14		
	1.0%	.5%	2.0%	.0%	.0%	3.5%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.77 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

H_1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 20.64$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.15) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.78 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

รายได้ (บาท)	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์						χ^2	Asymp Sig (2-sided)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ต่ำกว่า 5,000	1	4	7	0	0	12	10.24	0.59
	.3%	1.0%	1.8%	.0%	.0%	3.0%		
5,001-10,000	4	6	7	0	0	17		
	1.0%	1.5%	1.8%	.0%	.0%	4.3%		
10,001-30,000	19	76	115	18	6	231		
	4.8%	18.3%	28.8%	4.5%	1.5%	57.8%		
มากกว่า 30,000	14	50	68	7	1	140		
	3.5%	12.5%	17.0%	1.8%	.3%	35.0%		

* α 0.05

จากตารางที่ 4.78 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ คือ

H_0 : รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

H_1 : รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ

ผลการทดสอบ Chi-Square Test ได้ค่า $\chi^2 = 10.24$ (Asymp Sig (2-sided) = 0.59) ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลได้ว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านคุณภาพบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา: ผู้ใช้บริการในเขตนิคมอุตสาหกรรม บางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ผ่านรหัส 007/008 ให้มีประสิทธิภาพต่อไปโดยมีประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ. ปทุมธานี เช่น กรณีศึกษา: ผู้ใช้บริการในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ แนวคิดด้านการพัฒนาการบริหารงานบริการ ความคิดเห็น ทักษะคติ และประโยชน์ที่ได้รับจากการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยและได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008
2. ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านอัตราค่าบริการ ด้านการชำระค่าบริการ ด้านคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์กันตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.0 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 44.8 สถานภาพสมรส ร้อยละ 52.0 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.7 ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ร้อยละ 55.0 มีรายได้ 10,001 – 30,000 บาท ต่อเดือน ร้อยละ 57.8 จากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการในการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความประสงค์

ให้มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ มากที่สุด ร้อยละ 72.7 ต้องการให้มีการปรับปรุงการบริการด้านคุณภาพ ร้อยละ 32.5 สื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ คือสื่อจากวิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ 77.3 ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด คือช่วงเวลา 20.00 – 05.59 น. ร้อยละ 40.0 ช่วงเวลาที่ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้บริการวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ร้อยละ 50.7 และใช้บริการผ่านโทรศัพท์บ้าน ร้อยละ 68.7 ระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้งประมาณ 6 – 10 นาที ร้อยละ 52.5 หลังจากที่ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 แล้ว มีแนวโน้มว่าจะกลับไปใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 เพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 72.7 เหตุผลที่จะกลับไปใช้บริการโทรศัพท์ผ่านรหัส 007/008 เพิ่มมากขึ้นสามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดมาน้อยที่สุดได้ดังนี้ 1. มีญาติพี่น้องอยู่ต่างประเทศ 2. อัตราค่าบริการถูก 3. สะดวกในการชำระค่าบริการ ส่วนสาเหตุที่คิดว่าจะกลับมาใช้บริการโทรศัพท์ผ่านรหัส 007/008 ลดน้อยลงสามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดมาน้อยที่สุดได้ดังนี้ 1. ความจำเป็นในการใช้บริการน้อยลง 2. โทรติดยาก 3. สัญญาณเสียงปลายทางไม่ชัดเจน

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ โดยภาพรวมของความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 อยู่ระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.33 ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านข้อมูลข่าวสาร ให้ความสำคัญ เรื่องข้อมูลข่าวสารเป็นประโยชน์ต่อตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านอัตราค่าบริการ ให้ความสำคัญ เรื่องที่ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการเปิดใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านการชำระค่าบริการ ได้ให้ความสำคัญเรื่อง ความถูกต้องของข้อมูล/ใบเสร็จ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านคุณภาพการบริการ ให้ความสำคัญ เรื่องความสะดวกในการขอใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านบริการหลังการขาย ให้ความสำคัญ เรื่องความรวดเร็วในการแก้ไขให้ใช้งานได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

จากการศึกษาปัญหา และอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 โดยสามารถเรียงลำดับเหตุผลความสำคัญ มากที่สุดไปยังเหตุผลความสำคัญน้อยสุด ได้ดังนี้ 1. การได้รับข้อมูลข่าวสารไม่ทันสมัย 2. ความสำคัญปานกลางคือเรื่อง สัญญาณไม่ดี ฟังการสนทนาไม่ชัดเจน 3. ความสำคัญน้อยที่สุด คือเรื่องได้รับผลการตรวจสอบซ้ำ เมื่อมีการร้องเรียน

จากการศึกษาข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรมีการปรับปรุงคุณภาพด้านบริการ และสัญญาณเสียงให้ชัดเจน
2. ควรมีการโฆษณา / ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และมากขึ้น เพื่อผู้ใช้บริการจะเห็นได้ชัดใน ข้อดี/ข้อเสีย ของแต่ละองค์กร
3. ควรมีการปรับปรุงพนักงาน Call Center ให้มีความรู้รอบด้าน และการให้บริการด้านข้อมูลที่ต้องการ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 พบว่า

ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ทางด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เหมือนกันคือต้องการรับรู้ข่าวสาร ทางวิทยุ/โทรทัศน์ พฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ด้านการปรับปรุงบริการ พบว่า

ปัจจัยอายุมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านการปรับปรุงบริการ ที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20 – 40 ปี จะมีความต้องการให้มีการปรับปรุงในเรื่องของการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41 – 60 ปี ต้องการให้มีการปรับปรุงการบริการด้านคุณภาพของการใช้บริการ และปัจจัยด้านอาชีพ พบว่า มีความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านปรับปรุงการบริการ คือกลุ่มตัวอย่างที่พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท มีความต้องการให้ปรับปรุงการบริการด้านการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีความต้องการให้ปรับปรุงการบริการทางด้านอัตราค่าบริการและคุณภาพการบริการ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ต้องการให้ปรับปรุงการบริการด้านคุณภาพ และกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอื่น ๆ มีความต้องการให้ปรับปรุงการบริการด้านร้องเรียน (Call Center)

พฤติกรรมความต้องการในการใช้โทรศัพท์ด้านสื่อที่ได้รับรู้พบว่าปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านสื่อที่ได้รับรู้ คือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนทุกระดับรายได้ มีความต้องการทราบด้านวิทยุ/โทรทัศน์ มากที่สุด พฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ พบว่า

ปัจจัยด้านอายุมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง

ระหว่าง 20 – 60 ปี มีความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ในช่วงเวลาเดียวกัน คือ ระหว่างเวลา 20.01 – 05.59 มากที่สุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ในช่วงเวลา 18.01 – 20.00 น. พฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านวันที่ใช้บริการ พบว่า ปัจจัยด้านอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านวันที่ใช้บริการ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี อายุ 41 – 60 ปี และอายุมากกว่า 60 ปี มีความต้องการในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ซึ่งอีกกลุ่มตัวอย่างหนึ่งที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในวันธรรมดา (วันจันทร์ – ศุกร์) ส่วนพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ พบว่า

ปัจจัยด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส และสถานภาพโสด มีความต้องการที่จะใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 เพิ่มมากขึ้น อีกกลุ่มตัวอย่างหนึ่งคือสถานภาพหย่า / ร้าง มีแนวโน้มว่าจะใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศลดลงกว่าเดิม

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านอัตราค่าบริการ ด้านการชำระค่าบริการ ด้านคุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กันตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า

ปัจจัยด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการชำระค่าบริการ และ ด้านคุณภาพบริการ

5.2 การอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาพฤติกรรม และ ความต้องการในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ. ปทุมธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการให้มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ และโทรทัศน์ โดยให้มีการปรับปรุงด้านคุณภาพการบริการสื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับรู้มากที่สุดคือสื่อจากวิทยุ/โทรทัศน์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ในช่วงเวลา 20.00 – 05.59 น. ของวันธรรมดา (วันจันทร์-ศุกร์) ใช้เวลาในการโทรประมาณ 6 – 10 นาที หลังจากที่เคยใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 แล้วมีความคิดว่าจะกลับไปใช้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจาก มีญาติพี่น้องอยู่ต่างประเทศ และอัตราค่าบริการถูกกว่าองค์กรอื่น ส่วนเหตุที่จะไม่ใช้บริการอีกก็มี โดยให้เหตุผลว่าไม่มีความ

จำเป็นในการใช้บริการ โทรศัณยาคม และสัญญาณเสียงปลายทางไม่ชัดเจน ผลการทดสอบ พบว่า พฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากวิทยุ/โทรทัศน์ มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา พฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ด้านปรับปรุงการบริการ มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านอายุ อาชีพ พฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ด้านอัตราค่าบริการ มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านอาชีพ พฤติกรรมความต้องการในการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านอายุ

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ โดยภาพรวมมีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ คือ เรื่องของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเป็นประโยชน์ ปัจจัยด้านอัตราค่าบริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ในเรื่องของบริการที่ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการเปิดใช้ ปัจจัยด้านการชำระค่าบริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ คือเรื่องความถูกต้องของข้อมูล/ใบเสร็จ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ เรื่องความสะดวกในการขอใช้บริการ และปัจจัยด้านบริการหลังการขาย มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ในเรื่องความรวดเร็วของเจ้าหน้าที่ในการแก้ไขให้ใช้งานได้ ผลการทดสอบ พบว่า ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการชำระค่าบริการ และ ด้านคุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กันตามระดับการศึกษา

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา: ผู้ใช้บริการในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี ทำให้ทราบแนวโน้มความต้องการในการใช้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี ทราบถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โทรศัพท์ ของประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี และเพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยมาเป็นแนวทางและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอแนวทางในการบริหารจัดการ ดังต่อไปนี้

1. ควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทางวิทยุ/โทรทัศน์ เพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้ให้บริการมากยิ่งขึ้น และควรทำอย่างต่อเนื่อง

2. ด้านอัตราค่าบริการควรมีอัตราค่าบริการที่คงที่ และจัดโปรโมชั่นในช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อเป็นการเพิ่มยอดของผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการปรับปรุงพนักงานด้านข้อมูลข่าวสาร ให้มีข้อมูลที่ต้องการในการบริการมีการจัดอบรมพนักงานเพื่อรับข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ภายในองค์กร ซึ่งจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นภายในองค์กร

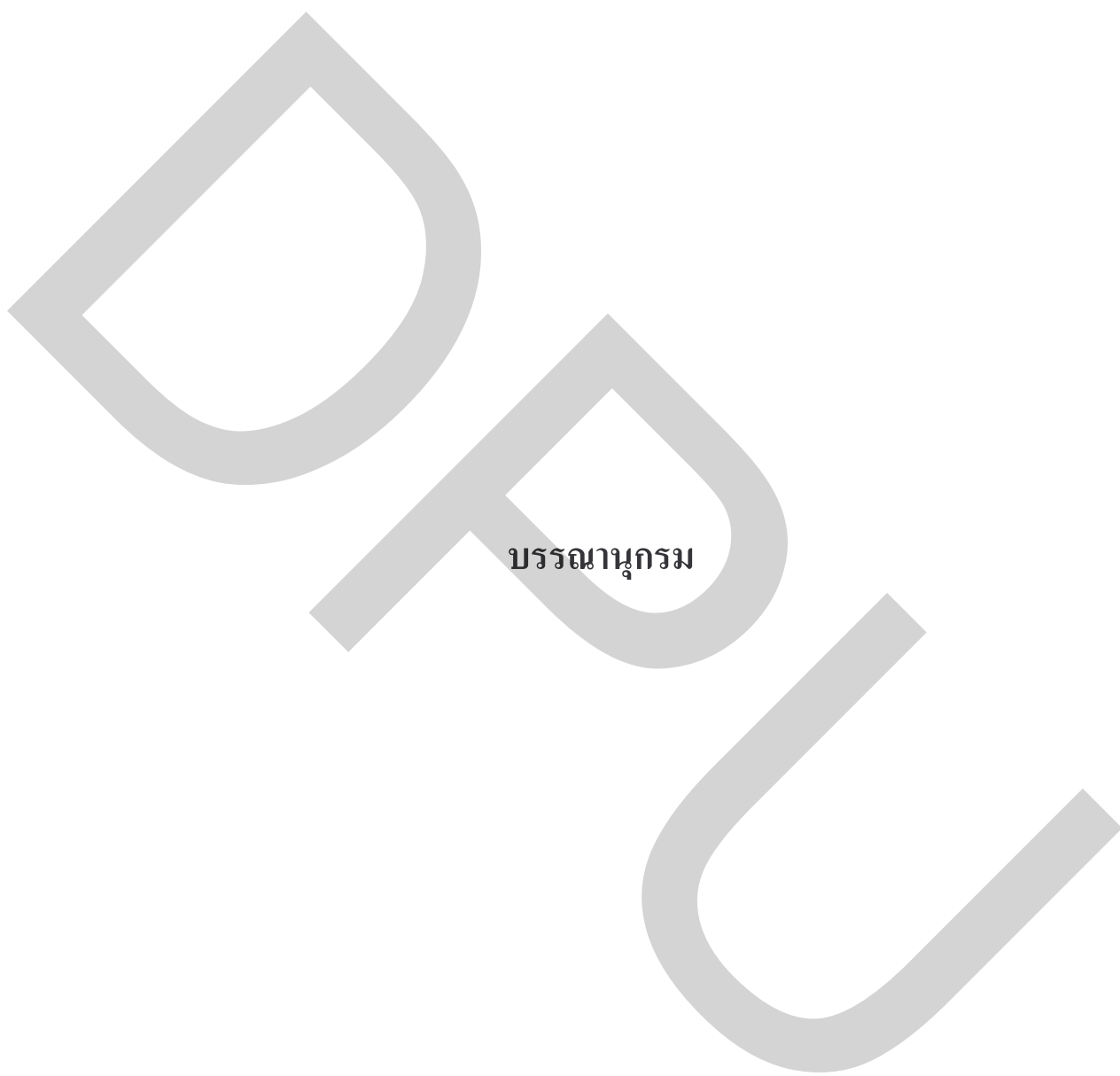
4. ควรปรับปรุงความพร้อมในการใช้งานของการบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ทางด้านสัญญาณเสียง ด้านคุณภาพการใช้งานและประสิทธิภาพของเครือข่ายรวมถึงความรวดเร็วในการเชื่อมต่อเลขหมายปลายทางได้ง่าย

5. ควรจัดเจ้าหน้าที่ดูแลความสะดวกในเรื่องของการบริการเมื่อมีเหตุขัดข้องอย่างรวดเร็ว เพื่อจะได้ใช้งานได้ทันเวลา และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

6. ควรมีการปรับปรุงคุณภาพด้านบริการ และสัญญาณเสียงให้ชัดเจน

7. ควรมีการโฆษณา / ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และมากขึ้น เพื่อผู้บริการจะเห็นได้ชัดใน ข้อดี/ข้อเสีย ต่างๆ

8. ควรมีการปรับปรุงพนักงาน Call Center ให้มีความรู้ และการให้บริการ ด้านข้อมูลที่ถูกต้อง



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กุลธน ธนาพงศธร. (2536). **การบริหารงานบุคคล**. เอกสารการสอนชุดวิชา 32.304 หน่วยที่ 6-16 สาขาวิทยาการจัดการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ครรชิต มลัยวงศ์. (2537). **ไอทีกับธุรกิจ แนวคิดและแนวทาง**. กรุงเทพฯ : ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2544). **จิตวิทยาการบริการ**. หน่วยที่ 1-8. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพมหานคร : อรุณการพิมพ์.
- ชัชณะ รุ่งปัจฉิม และคณะ. (2538). **จิตวิทยาการบริการ**. หน่วยที่ 8-15 กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชัชณะ รุ่งปัจฉิม และคนอื่นๆ. (2538). **เอกสารการสอนชุดวิชาอุตสาหกรรมบริการ**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชูชัย สมิทธิไกร. (2546). **TOT WAY “การพัฒนาวิธีแห่งการปฏิบัติที่เป็นเลิศ”**. กรุงเทพฯ : สถาบันวิชาการ ทศท.
- เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. (2540). **พฤติกรรมองค์กร**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ. (2540). **วิทยาการบริหารสำหรับนักบริหารมืออาชีพในยุคโลกา-ภิวัตน์**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประวัฒน์ อุตตะโมทย์. (2540). **เทคนิคก้าวล้ำหน้าด้านบริการสารสนเทศองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย.
- ปลายฝัน สุขารมย์. (2536). **สร้างบริการให้เป็นเลิศ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พิทักษ์ ทรูทิม. (2538). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการงานทะเบียนศึกษาเฉพาะกรณีสำนักทะเบียน**. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกริก.
- รัชยา กุลวานิชไชยนันท์. (2535). **ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อการบริการทางการแพทย์: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. (รายงานการวิจัย). นนทบุรี : สำนักงานประกันสังคม.

สมชาติ กิจยรรยง. (2537). **สร้างบริการสร้างความประทับใจ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
 สมพงษ์ เกษมสิน. (2516). **การบริหาร**. กรุงเทพฯ : เกษสุวรรณ.
 หลุยส์ จำปาเทศ. (2538). **จิตวิทยาการจูงใจ**. กรุงเทพฯ : สามัคคีสาสน์.
 อรรถวรรณ ปิณฑน์โอวาท. (2537). **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทความ

ชูชัย สมิทธิไกร. (มีนาคม – เมษายน 2537). “การวิเคราะห์ความต้องการในการฝึกอบรมจากมุมมองของลูกค้าเพิ่มผลผลิต”. **การวิเคราะห์ลูกค้า**. 2, หน้า 7-11.
 นฤดล ชูบุญ. (กุมภาพันธ์ 2538) “อีกรูมหนึ่งของ Total Quality Management”. **Qualitytime**. 3, หน้า 17.
 พิชาญ รัตนดิศกร ณ ภูเก็ต. (2537). แนวความคิดและการวิจัยเรื่องความพึงพอใจในงานบริการสาธารณสุข. **วารสารหมออนามัย**. 23, 3, หน้า 149-154.

วิทยานิพนธ์

เจริญ แก้วพรรณนา. (2542). **ความคิดเห็นของประชาชนผู้มารับบริการที่มีต่อการให้บริการโทรศัพท์ของสำนักงานบริการโทรศัพท์ ศึกษาเฉพาะกรณีฝ่ายโทรศัพท์ทันครหลวงที่ 4**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
 ชรินทร์ เดชจินดา. (2535). **ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการจำกัดกากอุตสาหกรรมแขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการบริหารสิ่งแวดล้อม. นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.
 บัญชา วิจิตรพานิชกุล. (2545). **ความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอกตามนโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า โรงพยาบาลของรัฐในจังหวัดสุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
 วันชัย คำเจริญ. (2545). **ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์ทั้งามวงศ์วาน องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏพระนคร.

วัลภา เล็กวัฒนานนท์. (2539). การให้บริการทางโทรศัพท์เพื่อช่วยเหลือผู้อยู่ในภาวะวิกฤติ :

กรณีศึกษาสมาคมสมาพันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาพัฒนธรรม
ศึกษา. นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.

ศศิธร พูลสุข. (2538). ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของ

กรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขตพระนคร. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตร
มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. (2538). ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด

(มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาพัฒนสังคม. กรุงเทพฯ : สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อัมพร เจริญชัย. (2521). ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อบริการ ของโรงพยาบาลจังหวัดขอนแก่น.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาสังคมศาสตร์การแพทย์. นครปฐม :
มหาวิทยาลัยมหิดล.

อำนวย คงมีสุข.(2538). เอกสารประกอบการบรรยาย หลักสูตรศิลปการบริการ และการบังคับ

บัญชา นักบริหารรุ่นที่ 69. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุทัยพรรณ สุกใจ. (2544). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์

แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาสังคมวิทยา
ประยุกต์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

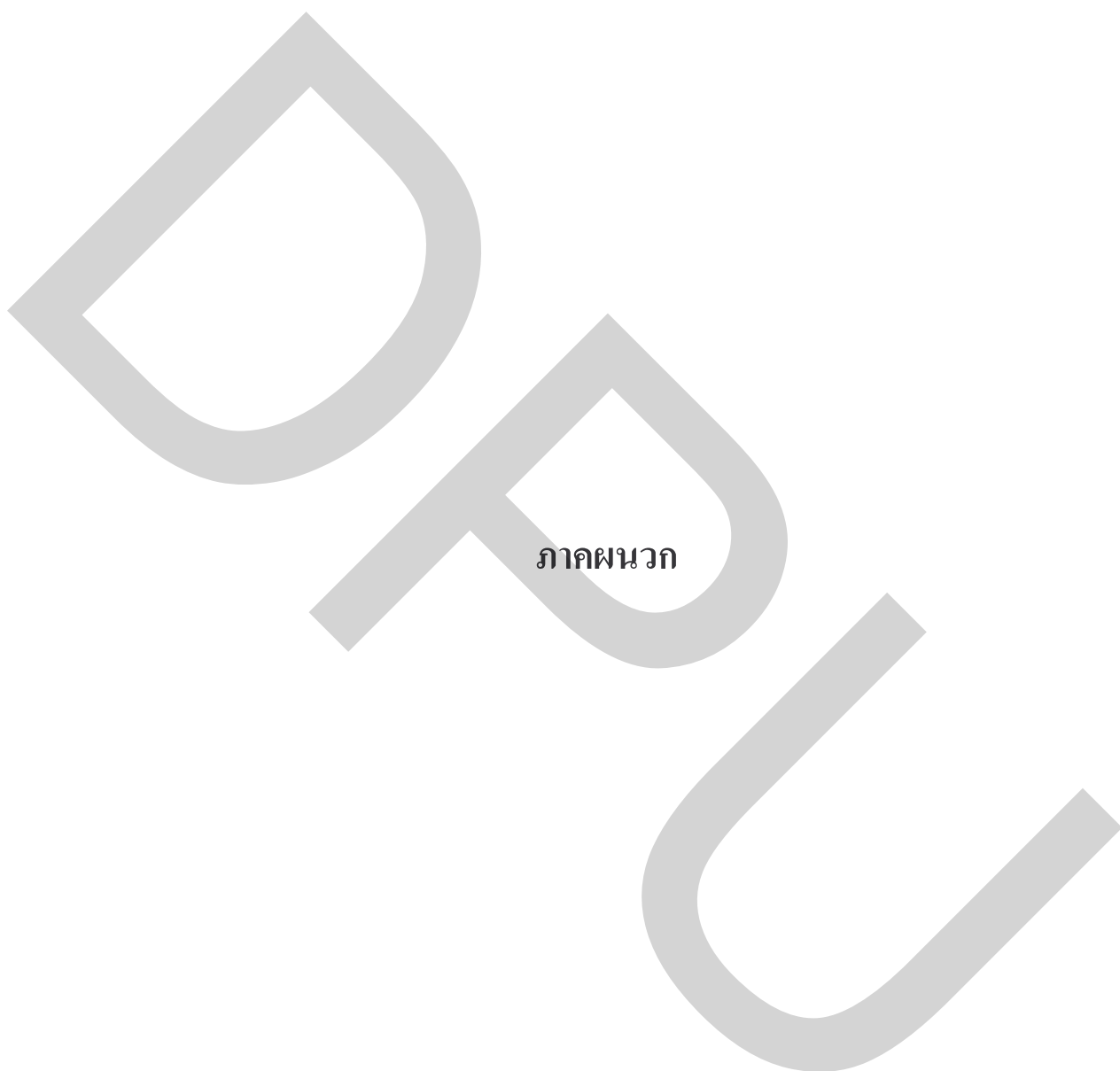
Bertram, M.G. (1964). **Organization and Their Managing**. New York : The Free Press of
Glencoe.

Best, John W. (1981). **Research in Education**. New Jersey : Prentice Hall Inc.

Carson, J.J. (1963). **Public Adminitiation in Modem Societies**. New York : McGraw Hill, Book
Company.

Gronroos, Christian. (1990). **Service Management and Marketing**. Lexington, MA:Lexington Books.

International Standrad. (1996). **ISO Standrads Compendium ISO 9000 Quality Management**.
Switzerland : International Standrad Organization.



ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการโทรศัพทระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008
 ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา: ต่อผู้ใช้บริการในเขตนิคม
 อุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิจัยพฤติกรรมความพึงพอใจต่อการให้บริการโทรศัพทระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และศึกษาปัญหา อุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพทระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ของผู้ใช้บริการในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ อ.บางกระดี่ จ.ปทุมธานี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลและผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดประโยชน์แก่บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ซึ่งความคิดเห็นของท่านมีคุณค่าอย่างยิ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

- | | | |
|------------------|-------------------------------------|----------------------------|
| 1. เพศ | () 1. ชาย | () 2. หญิง |
| 2. อายุ | () 1. 25 – 30 ปี | () 2. 31 – 40 ปี |
| | () 3. 41 – 50 ปี | () 4. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป |
| 3. สถานภาพ | () 1. โสด | () 2. สมรส |
| | () 3. หย่าร้าง | |
| 4. ระดับการศึกษา | () 1. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า | () 2. ปวช./ปวส. |
| | () 3. ปริญญาตรี | () 4. สูงกว่าปริญญาตรี |
| 5. อาชีพ | () 1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | () 2. นักเรียน/นักศึกษา |
| | () 3. ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท | () 4. อื่น ๆ..... |

6. รายได้ () 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน () 2. 5,001 – 10,000 บาท/เดือน
() 3. 10,001 – 30,000 บาท/เดือน () 4. มากกว่า 30,001 บาท/เดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมความต้องการในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

7. ท่านมีความประสงค์ให้มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าในลักษณะใดมากที่สุด

- () 1. โฆษณาทางวิทยุ/โทรทัศน์ () 2. ออก บูล ตามห้างสรรพสินค้า
() 3. แจกจ่ายโบชัวร์ไว้ตามสำนักงานบริการ () 4. ออกพบปะลูกค้าโดยตรง

8. ท่านมีความประสงค์ให้มีการปรับปรุงบริการในด้านใดมากที่สุด

- () 1. ด้านการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ () 2. ด้านอัตราค่าบริการ
() 3. ด้านคุณภาพ () 4. อื่นๆ.....

9. ท่านทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศจากสื่อใดมากที่สุด

- () 1. วิทยุ/โทรทัศน์ () 2. หนังสือพิมพ์
() 3. อินเทอร์เน็ต () 4. ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ

10. ท่านใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- () 1. 06.00 – 12.00 น. () 2. 12.01 – 18.00 น.
() 3. 18.01 - 20.00 น. () 4. 20.01 – 05.59 น.

11. ท่านมักใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ในวันใดมากที่สุด

- () 1. วันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) () 2. วันหยุด (เสาร์ – อาทิตย์)

12. เมื่อมีการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 ท่านมักจะใช้โทรศัพท์ประเภทใดในการโทร

- () 1. โทรศัพท์บ้าน () 2. โทรศัพท์ที่ทำงาน
() 3. โทรศัพท์เคลื่อนที่ () 4. โทรศัพท์สาธารณะ

13. โดยเฉลี่ยแล้ว ท่านใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 เป็นเวลานานเท่าใดต่อการใช้บริการ 1 ครั้ง

- () 1. น้อยกว่า 5 นาที () 2. 6-10 นาที
() 3. 11- 30 นาที () 4. มากกว่า 30 นาที

14. หลังจากที่ท่านได้ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008 แล้ว ท่านมีแนวโน้มจะกลับมาใช้บริการอย่างไร

- () 1. เพิ่มขึ้น (ตอบข้อถัดไป) () 2. ลดลง (ข้ามไปตอบข้อ 16)

15. ตามเหตุผลข้อ 14 ท่านมีแนวโน้มใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น เพราะเหตุใด (เรียงลำดับความสำคัญ 3 ลำดับ โดยใส่หมายเลข 1,2,3 ลงใน () ให้หมายเลข 1 เป็นเหตุผลสำคัญมากที่สุด)

- () 1. มีธุรกิจติดต่อต่างประเทศ () 2. มีญาติพี่น้องอยู่ต่างประเทศ
() 3. อัตราค่าบริการถูก () 4. การต่อสายง่ายและดีรวดเร็ว
() 5. สะดวกในการชำระค่าบริการ

16. ตามเหตุผลข้อ 14 ท่านมีแนวโน้มใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศลดลง เพราะเหตุใด (เรียง ลำดับความสำคัญ 3 ลำดับ โดยใส่หมายเลข 1,2,3 ลงใน () ให้หมายเลข 1 เป็นเหตุผลสำคัญมากที่สุด)

- () 1. ความจำเป็นในการใช้บริการมีน้อย () 2. โทรติดยาก
() 3. สัญญาณเสียงปลายทางไม่ชัดเจน () 4. ไม่ชอบรูปแบบของการโฆษณา
() 5. ใช้บริการของ กสท. สะดวกกว่า

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส

007/008

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องทางด้านขวามือซึ่งตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์ ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 / 008	ระดับความพึงพอใจ				
	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
<u>ด้านข้อมูลข่าวสาร</u>					
17. ความถูกต้อง/สมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร					
18. ข้อมูลข่าวสารเป็นประโยชน์ต่อท่าน					
19. สื่อต่าง ๆ ที่ออกสร้างความประทับใจและ ทำให้ท่านจดจำได้					
<u>ด้านอัตราค่าบริการ</u>					
20. ค่าใช้บริการมีความเหมาะสม					
21. ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการเปิดใช้					
<u>ด้านการชำระค่าบริการ</u>					
22. ความถูกต้องของข้อมูล					
23. ข้อมูล/ใบเสร็จฯ สามารถตรวจสอบได้					
24. ความรวดเร็ว/ทันเวลาในการรับใบแจ้งหนี้					
25. ช่องทางการชำระค่าบริการมีความหลากหลาย					
26. บรรยากาศในการให้บริการของพนักงาน					
<u>ด้านคุณภาพบริการ</u>					
27. ความพร้อมในการใช้งาน					
28. ความสะดวกในการขอใช้บริการ					
29. ความเข้าใจง่ายของวิธีการใช้บริการที่ระบุไว้ใน สื่อโฆษณา					
30. ประสิทธิภาพของการสนทนา (ความชัดเจน)					
31. การโทรติดและการเชื่อมต่อเลขหมายปลายทาง ได้ง่าย					

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008

คำชี้แจง โปรดเรียงลำดับความสำคัญ 1-3 ลำดับ โดยใส่หมายเลข 1,2,3 ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ให้หมายเลข 1 เป็นเหตุผลสำคัญมากที่สุด

35. ปัญหาและอุปสรรคใดบ้าง ที่ท่านพบในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านรหัส 007/008

- () 1. โทรติดยาก
- () 2. ไม่ทราบวิธีการใช้
- () 3. ข้อมูลข่าวสารไม่ทันสมัย
- () 4. สัญญาณไม่ดี ฟังการสนทนาไม่ชัดเจน
- () 5. ไม่ได้ได้รับความสะดวกในการติดต่อจากเจ้าหน้าที่เมื่อมีเหตุขัดข้องในการใช้งาน
- () 6. ตรวจสอบการชำระค่าบริการยากเมื่อคิดว่าอัตราค่าบริการ ไม่ถูกต้อง
- () 7. ได้รับผลการตรวจสอบช้าเมื่อมีการร้องเรียน
- () 8. อัตราค่าบริการแพง
- () 9. ได้รับใบแจ้งหนี้ช้า ทำให้ไม่สามารถชำระค่าบริการได้ทันตามกำหนด
- () 10. อัตราค่าบริการไม่คงที่ ทำให้ควบคุมค่าใช้จ่ายยาก

36. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล

นายสมบัติ อุดมธรรมศิริ

ประวัติการศึกษา

ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

สาขาวิชาอิเล็กทรอนิกส์ วิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

ตำบลหนองค้างพลู อำเภอหนองแวง กรุงเทพฯ 10221

ครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา การประถมศึกษา จากสถาบัน

ราชภัฏจันทรเกษม ปี พ.ศ. 2542

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

นักปฏิบัติการช่าง 6

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่แจ้งวัฒนะ

ถ.แจ้งวัฒนะ เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10120