บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของลูกค้าบริษัทแอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 390 ราย ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากตารางที่ 1 – ตารางที่ 18

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากตารางที่ 19 – ตารางที่ 74

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ จากตารางที่ 75 – ตารางที่ 76

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	140	35.90
หญิง	250	64.10
รวม	**390**	**100.00**

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.10 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 35.90

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	20	5.64
21 – 30 ปี	241	61.79
31 – 40 ปี	91	23.33
41 ปี ขึ้นไป	36	9.23
รวม	**390**	**100.00**

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.79 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.33 อายุ 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.23 และอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	24	6.15
ปริญญาตรี	329	84.36
สูงกว่าปริญญาตรี	37	9.49
รวม	**390**	**100.00**

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 84.36 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.49 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 6.15 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	27	6.92
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	65	16.67
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	251	64.36
กิจการส่วนตัว	47	12.05
รวม	**390**	**100.00**

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้าน คิดเป็นร้อยละ 64.36 รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.67 ประกอบกิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 12.05 และเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	28	7.18
5,001 – 10,000 บาท	56	14.36
10,001 – 15,000 บาท	116	29.74
15,001 – 20,000 บาท	91	23.33
มากกว่า 20,000 บาท	99	25.38
รวม	**390**	**100.00**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.74 รองลงมาคือรายได้มากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.38 รายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.23 รายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.36 และรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุ และอาชีพ

อาชีพ	รายได้	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/	ไม่เกิน 5,000	21	100.00	6	100.00	-	-	-	-
นักศึกษา	5,001–10,000	-	-	-	-	-	-	-	-
	10,001–15,000	-	-	-	-	-	-	-	-
	15,001–20,000	-	-	-	-	-	-	-	-
	มากกว่า 20,000	-	-	-	-	-	-	-	-
	รวม	21	95.45	6	2.49	-	-	-	-
ข้าราชการ	ไม่เกิน 5,000	-	-	-	-	-	-	-	-
/	5,001–10,000	-	-	2	7.14	4	25.00	-	-
รัฐวิสาหกิ	10,001–15,000	-	-	12	42.86	6	37.50	7	33.33
จ	15,001–20,000	-	-	12	42.86	2	12.50	-	-
	มากกว่า 20,000	-	-	2	7.14	4	25.00	14	66.67
	รวม	-	-	28	11.62	16	17.58	21	58.33
พนักงาน	ไม่เกิน 5,000	1	100.00	-	-	-	-	-	-
บริษัท/	5,001–10,000	-	-	41	21.93	3	5.36	-	-
ห้างร้าน	10,001–15,000	-	-	56	29.95	14	25.00	2	28.57
	15,001–20,000	-	-	65	34.76	8	14.26	-	-
	มากกว่า 20,000	-	-	25	13.36	31	55.36	5	71.43
	รวม	1	4.55	187	77.59	56	61.54	7	19.44
กิจการ	ไม่เกิน 5,000	-	-	-	-	-	-	-	-
ส่วนตัว	5,001–10,000	-	-	3	15.00	3	15.79	-	-
	10,001–15,000	-	-	10	50.00	5	26.31	4	50.00
	15,001–20,000	-	-	4	20.00	-	-	-	-
	มากกว่า 20,000	-	-	3	15.00	11	57.89	4	50.00
รวม		-	-	20	8.30	19	20.88	8	22.22
รวม		**22**	**100.00**	**241**	**100.00**	**91**	**100.00**	**36**	**100.00**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00

กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน คิดเป็นร้อยละ 77.59 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.76

กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน คิดเป็นร้อยละ 61.54 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.36

ส่วนกลุ่มที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 58.33 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.67

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม

ระยะเวลาที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	16	4.10
1 – 2 ปี	131	33.59
2 – 4 ปี	147	37.69
มากกว่า 4 ปี	96	24.62
รวม	**390**	**100.00**

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็มมาเป็นระยะเวลา 2 - 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.69 รองลงมาคือใช้บริการระบบ จี เอส เอ็มมาเป็นระยะเวลา 1 - 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.59 ใช้บริการระบบ จี เอส เอ็มมาเป็นระยะเวลามากกว่า 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.62 และใช้บริการระบบ จี เอส เอ็มมาเป็นระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.10 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยเปลี่ยนระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระบบเครือข่ายที่เคยใช้ก่อนที่จะเปลี่ยนมาใช้ระบบจี เอส เอ็ม

การเคยเปลี่ยนระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระบบเครือข่ายที่เคยใช้มาก่อน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	128	32.82
- True move (Orange)	62	48.44
- DTAC	66	51.56
ไม่เคย	262	67.18
รวม	**390**	**100.00**

หมายเหตุ : ค่าคิดเป็นร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 128 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยเปลี่ยนระบบเครือข่าย คิดเป็นร้อยละ 67.18 และเคยเปลี่ยนระบบเครือข่าย คิดเป็นร้อยละ 32.82 โดยก่อนที่จะเปลี่ยนมาใช้ระบบ จี เอส เอ็ม ส่วนใหญ่เคยใช้ระบบ DTAC มาก่อน คิดเป็นร้อยละ 51.56 และเคยใช้ระบบ True move (Orange) คิดเป็นร้อยละ 48.44

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม

สาเหตุที่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อัตราค่าบริการ	91	23.33
คุณภาพของเครือข่ายดี	304	77.95
ตรายี่ห้อของผู้ให้บริการระบบ	128	32.82
การให้บริการของพนักงาน	164	42.05
บริการเสริมหลากหลาย	110	28.21
ความสะดวกในการชำระเงิน/เติมเงิน	151	38.72
โฆษณา	42	10.77
ความจำเป็นเนื่องจากงาน	158	40.51
การส่งเสริมการขาย/โปรโมชั่น	88	22.56
การให้บริการของ Call Center	37	9.49

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, n = 390

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้ระบบ จี เอส เอ็ม เนื่องจากคุณภาพของเครือข่ายดี คิดเป็นร้อยละ 77.95 รองลงมาคือใช้ระบบจี เอส เอ็ม เนื่องจากการให้บริการของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 42.05 ความจำเป็นเนื่องจากงาน คิดเป็นร้อยละ 40.51 ความสะดวกในการชำระเงิน/เติมเงิน คิดเป็นร้อยละ 38.72 ตรายี่ห้อของผู้ให้บริการระบบ คิดเป็นร้อยละ 32.82 มีบริการเสริมหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 28.21 อัตราค่าบริการ คิดเป็นร้อยละ 23.33 การส่งเสริมการขาย/โปรโมชั่น คิดเป็นร้อยละ 22.56 การโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 10.77 และการให้บริการของ Call Center คิดเป็นร้อยละ 9.49 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม เฉลี่ยต่อเดือน

ค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	114	29.23
501 – 1,000 บาท	137	35.13
1,001 – 1,500 บาท	53	13.59
1,501 – 2,000 บาท	41	10.51
มากกว่า 2,000 บาท	45	11.54
รวม	**390**	**100.00**

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้บริการต่อเดือน 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.13 รองลงมาคือค่าใช้บริการไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.23 ค่าใช้บริการ 1,001-1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.59 ค่าใช้บริการมากกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.54 และค่าใช้บริการ 1,501-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.51 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบการเสียค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม

ระบบการเสียค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แบบเหมาจ่ายรายเดือน	280	71.79
แบบเติมเงิน วัน-ทู-คอล	110	28.21
รวม	**390**	**100.00**

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียค่าบริการเป็นแบบเหมาจ่ายรายเดือน คิดเป็นร้อยละ 71.79 และใช้แบบเติมเงิน วัน-ทู-คอล คิดเป็นร้อยละ 28.21

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยใช้บริการอินเทอร์เน็ต

การเคยใช้บริการอินเทอร์เน็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยใช้	390	100.00
ไม่เคยใช้	-	-
รวม	**390**	**100.00**

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนเคยใช้บริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 100.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

สถานที่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ที่บ้าน	336	86.15
ที่ทำงาน	302	77.44
ที่โรงเรียน/มหาวิทยาลัย	96	24.62
ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่	108	27.69
อื่น ๆ	9	2.31

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, n = 390

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 86.15 รองลงมาคือใช้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 77.44 ใช้ที่ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ คิดเป็นร้อยละ 27.69 ใช้ที่โรงเรียน/มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 24.62 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.31 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่การใช้บริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่การใช้บริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 10 ครั้ง	176	45.13
11 - 20 ครั้ง	68	17.44
มากกว่า 20 ครั้ง	146	37.44
รวม	**390**	**100.00**

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อเดือน 1-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.13 รองลงมาคือใช้มากกว่า 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.44 และใช้ 11-20 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 17.44 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับ – ส่งอีเมล์ (E-mail)	316	81.03
การสนทนา (Chat)	166	42.56
ค้นหาข้อมูล	332	85.13
ข่าวสารจากสำนักข่าว	153	39.23
บริการธนาคารพาณิชย์	55	14.10
บันเทิง/ท่องเที่ยว/กีฬา	198	50.77
ซื้อสินค้าและบริการ	96	24.62
บริการฝากขายสินค้า	32	8.21
ดาวน์โหลดข้อมูล/โปรแกรม	221	56.67
ดูดวงชะตาราศี	40	10.26
อื่น ๆ	4	1.03

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, n = 390

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 85.13 รองลงมาคือเพื่อรับ-ส่งอีเมล์ (E-mail) คิดเป็นร้อยละ 81.03 ดาวน์โหลดข้อมูล/โปรแกรม คิดเป็นร้อยละ 56.67 บันเทิง/ท่องเที่ยว/กีฬา คิดเป็นร้อยละ 50.77 การสนทนา (Chat) คิดเป็นร้อยละ 42.56 รับข่าวสารจากสำนักข่าว คิดเป็นร้อยละ 39.23 ซื้อสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 24.62 บริการธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 14.10 สำหรับกลุ่มที่ใช้เพื่อดูดวงชะตาราศี บริการฝากขายสินค้า และอื่นๆ มีไม่มากนัก คิดเป็นร้อยละ 10.26, 8.21 และ 1.03 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อเดือน

ค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 250 บาท	182	46.67
251 - 500 บาท	117	30.00
501 – 750 บาท	43	11.03
751 – 1,000 บาท	24	6.15
มากกว่า 1,000 บาท	24	6.15
รวม	**390**	**100.00**

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียค่าบริการอินเทอร์เน็ตไม่เกิน 250 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาคือค่าบริการ 251-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.00 ค่าบริการ 501-750 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.03 ค่าบริการ 751-1,000 บาท และค่าบริการมากกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.15 เท่ากัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ของการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็มหรือเทคโนโลยีจีพีอาร์เอส (GPRS) เฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่การใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็มหรือเทคโนโลยีจีพีอาร์เอส (GPRS)เฉลี่ยต่อเดือน	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
1 - 5 ครั้ง	136	34.87
6 - 10 ครั้ง	163	41.79
11 - 15 ครั้ง	25	6.41
16 - 20 ครั้ง	21	5.38
มากกว่า 20 ครั้ง	45	11.54
รวม	**390**	**100.00**

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เนตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม เฉลี่ย 6-10 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 41.79 รองลงมาคือใช้เฉลี่ย 1-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 34.87 ใช้มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 11.54 และกลุ่มที่ใช้เฉลี่ย 11-15 ครั้งต่อเดือน และ 16-20 ครั้งต่อเดือน มีไม่มากนัก คิดเป็นร้อยละ 6.41 และ 5.38 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็มหรือเทคโนโลยีจีพีอาร์เอส (GPRS)

ประเภทของการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็มหรือเทคโนโลยีจีพีอาร์เอส (GPRS)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Music& Ring tones	273	70.00
Sport	55	14.18
New & Information	207	53.08
Chat/Email/ Blog /SMS	132	33.85
Picture	199	51.03
Games	56	14.36
Entertainment	187	47.95
Horoscope	37	9.49
Movies /TV/Clip	87	22.31

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, n = 390

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการประเภท Music & Ring tones คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือใช้บริการประเภท New & Information คิดเป็นร้อยละ 53.08 ประเภท Picture คิดเป็นร้อยละ 51.03 ประเภท Entertainment คิดเป็นร้อยละ 47.95 ประเภท Chat/Email/Blog/SMS คิดเป็นร้อยละ 33.85 ประเภท Movies/TV/Clip คิดเป็นร้อยละ 22.31 ส่วนกลุ่มที่ใช้บริการประเภท Games, Sport และ Horoscope มีไม่มากนัก คิดเป็นร้อยละ 14.36, 14.18 และ 9.49 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>ส่วนที่ 2</u> ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจ		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ	87	22.31	195	50.00	104	26.67	4	1.03	-	-	3.93	มาก	1
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เช่น รายการบันเทิง กีฬาข่าวบริการข้อมูลธุรกิจ บริการราคาสินค้า เป็นต้น	79	20.26	166	42.56	106	27.18	35	8.97	4	1.03	3.72	มาก	3
ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลความยาก ง่ายในการใช้งาน	34	8.72	35	17.18	141	36.15	123	31.54	25	6.41	2.90	ปานกลาง	4
	115	29.49	4	28.72	130	33.33	25	7.44	4	1.03	3.78	มาก	2
รวม	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**3.58**	**มาก**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.58)

หากพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.78) และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น รายการบันเทิง กีฬา ข่าวบริการข้อมูลธุรกิจ บริการราคาสินค้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.72) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.90)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจ		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือนแบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB)	90	23.08	162	41.54	103	26.41	22	5.64	13	3.33	3.75	มาก	3
การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ	140	35.90	143	36.67	93	23.85	9	2.31	5	1.28	4.04	มาก	1
เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก	140	35.90	135	34.62	105	26.92	10	2.56	-	-	4.04	มาก	1
รวม	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**3.94**	**มาก**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.94)

หากพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากด้านการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.04) เช่นเดียวกันและความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจ		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อมซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ	87	22.31	151	38.72	126	32.31	17	4.36	4	1.03	3.81	มาก	2
การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกตามความสะดวก	90	23.08	189	48.46	94	24.10	17	4.36	-	-	3.90	มาก	1
ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย	58	14.87	195	50.00	125	32.05	12	3.08	-	-	3.77	มาก	3
รวม	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**3.83**	**มาก**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.83)

หากพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากด้านการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.90) การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และด้านความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจ		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์	70	17.95	192	49.23	95	24.36	33	8.46	-	-	3.77	มาก	2
อย่างต่อเนื่องการให้บริการหลัง	113	28.97	121	31.03	132	33.85	20	5.13	4	1.03	3.82	มาก	1
การขายที่ดีการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ	38	9.74	158	40.51	152	38.97	42	10.77	-	-	3.49	มาก	3
รวม	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**3.69**	**มาก**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.69)

หากพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.82) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.77) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์ เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความพึงพอใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจ		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
บริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี	167	42.84	155	39.74	59	15.13	9	2.31	-	-	4.24	มากที่สุด	1
ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน	160	41.03	149	38.21	68	17.44	13	3.33	-	-	4.17	มาก	2
ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	154	39.49	132	33.85	100	25.64	4	1.03	-	-	4.11	มาก	4
ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน	159	40.77	141	36.15	74	18.97	16	4.10	-	-	4.13	มาก	3
รวม	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**4.16**	**มาก**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.16)

หากพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.24) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากด้านความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจ		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ	129	33.08	152	38.97	89	22.82	20	5.13	-	-	4.00	มาก	3
ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์	101	25.90	184	47.18	89	22.82	16	4.10	-	-	3.95	มาก	4
บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ	111	28.46	199	51.03	72	18.46	8	2.05	-	-	4.06	มาก	2
บริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ	141	36.15	186	47.69	55	14.10	8	2.05	-	-	4.18	มาก	1
รวม	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**4.05**	**มาก**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.05)

หากพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.18) บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจ		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การบริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น	148	37.95	135	34.62	90	23.08	17	4.36	-	-	4.06	มาก	2
การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	134	34.36	162	41.54	86	22.05	8	2.05	-	-	4.08	มาก	1
มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล	136	34.87	174	44.62	56	14.36	16	4.10	8	2.05	4.06	มาก	2
	123	31.54	158	40.51	105	26.92	4	1.03	-	-	4.02	มาก	4
รวม	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**390**	**100.00**	**4.06**	**มาก**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.06)

หากพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากด้านลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.08) การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.06) การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.06) และมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่าง ๆ ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.58	มาก	7
ปัจจัยด้านราคา	3.94	มาก	4
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.83	มาก	5
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.69	มาก	6
ปัจจัยด้านบุคคล	4.16	มาก	1
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.05	มาก	3
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.06	มาก	2

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดต่อทุกปัจจัย ในระดับมาก โดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.69) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ	3.92	มาก	3.94	มาก
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น รายการบันเทิง กีฬา ข่าวบริการข้อมูลธุรกิจ บริการราคาสินค้า เป็นต้น	3.69	มาก	3.74	มาก
ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล	2.72	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
ความยาก ง่าย ในการใช้งาน	3.57	มาก	3.90	มาก
รวม	**3.48**	**มาก**	**3.65**	**มาก**

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.48) และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.65)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.72)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านราคา	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB)	3.74	มาก	3.76	มาก
การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ	3.91	มาก	4.11	มาก
เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก	4.02	มาก	4.05	มาก
รวม	**3.89**	**มาก**	**3.97**	**มาก**

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.89) และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.02) การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.05) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ	3.76	มาก	3.83	มาก
การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก	3.75	มาก	3.99	มาก
ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย	3.66	มาก	3.83	มาก
รวม	**3.72**	**มาก**	**3.88**	**มาก**

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.72) และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.88)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.76) การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.75) และความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.99) การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) และความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.83) เท่ากันตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ จี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง	3.66	มาก	3.71	มาก
การให้บริการหลังการขายที่ดี	3.71	มาก	3.88	มาก
การส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ	3.45	มาก	3.52	มาก
รวม	**3.61**	**มาก**	**3.74**	**มาก**

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.61) และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.74)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ การให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.71) และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.66) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.88) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.71) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านบุคคล	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี	4.19	มาก	4.27	มากที่สุด
ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน	4.10	มาก	4.21	มากที่สุด
ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	3.99	มาก	4.17	มาก
ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน	4.06	มาก	4.17	มาก
รวม	**4.09**	**มาก**	**4.21**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.09) ในขณะที่เพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.21)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.27) และความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.85	มาก	4.08	มาก
ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์	3.71	มาก	4.08	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ	3.91	มาก	4.14	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ	4.05	มาก	4.25	มากที่สุด
รวม	**3.88**	**มาก**	**4.14**	**มาก**

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.88) และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.14)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.05) บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.25) นอกจากนี้มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านบริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	3.84	มาก	4.19	มาก
ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น	3.89	มาก	4.19	มาก
การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.89	มาก	4.16	มาก
มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล	3.89	มาก	4.08	มาก
รวม	**3.88**	**มาก**	**4.15**	**มาก**

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.88) และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.15)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.89) การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้านได้แก่ ด้านการให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.19) การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่าง ๆ ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.48	มาก	3.65	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.89	มาก	3.97	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.72	มาก	3.88	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.61	มาก	3.74	มาก
ปัจจัยด้านบุคคล	4.09	มาก	4.21	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ	3.88	มาก	4.14	มาก
ทาง กายภาพ	3.88	มาก	4.15	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ				

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.72) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางสำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.21) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากในปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.74) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ							
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ	4.05	มาก	3.90	มาก	3.79	มาก	4.44	มากที่สุด
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น รายการบันเทิง กีฬา ข่าวบริการ	4.00	มาก	3.66	มาก	3.60	มาก	4.22	มากที่สุด
ข้อมูลธุรกิจบริการ ราคาสินค้า เป็นต้น	3.27	ปานกลาง มาก	2.97	ปานกลาง มาก	2.63	ปานกลาง มาก	2.94	ปานกลาง มาก
ความเร็วในการดาวน์โหลดอมูล	3.45		3.84		3.75		3.67	
ความยาก ง่าย ในการใช้งาน								
รวม	**3.69**	**มาก**	**3.59**	**มาก**	**3.44**	**มาก**	**3.82**	**มาก**

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี และกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.69, 3.59, 3.44 และ 3.82 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ในขณะผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี และกลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90 และ3.79 ตามลำดับ) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.84 และ3.75 ตามลำดับ) และความหลากหลายของ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.66 และ3.60 ตามลำดับ) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.97 และ2.63) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.44) และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากด้านความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านราคา	อายุ							
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB)	3.64	มาก	3.76	มาก	3.64	มาก	4.11	มาก
การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ	3.50	มาก	4.03	มาก	4.11	มาก	4.22	มากที่สุด
เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก	4.05	มาก	3.97	มาก	4.05	มาก	4.44	มากที่สุด
รวม	**3.73**	**มาก**	**3.92**	**มาก**	**3.93**	**มาก**	**4.26**	**มากที่สุด**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี และกลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.73, 3.92 และ3.93 ตามลำดับ) ในขณะที่กลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไปมีความความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.26)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.64) และการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี และกลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03 และ4.11 ตามลำดับ) เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.97 และ4.05 ตามลำดับ) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.76 และ3.64 ตามลำดับ)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดใน ด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.44) และการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ							
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสนรับบริการได้ตรงตามความต้องการ	3.82	มาก	3.78	มาก	3.76	มาก	4.11	มาก
การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก	3.64	มาก	3.95	มาก	3.84	มาก	3.89	มาก
ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย	3.82	มาก	3.76	มาก	3.68	มาก	4.00	มาก
รวม	**3.76**	**มาก**	**3.83**	**มาก**	**3.76**	**มาก**	**4.00**	**มาก**

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี และกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.76, 3.83, 3.76 และ 4.00) ตามลำดับ

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82) และการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี และกลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.95 และ3.84 ตามลำดับ) การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.78 และ3.76) ตามลำดับ และความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76 และ3.68) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ							
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง	3.41	มาก	3.75	มาก	3.77	มาก	4.11	มาก
การให้บริการหลังการขายที่ดี	3.86	มาก	3.79	มาก	3.86	มาก	3.89	มาก
การส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ	3.41	มาก	3.51	มาก	3.34	ปานกลาง	3.78	มาก
รวม	**3.56**	**มาก**	**3.68**	**มาก**	**3.63**	**มาก**	**3.93**	**มาก**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี และกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.56, 3.68, 3.63 และ 3.93 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.86) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.41) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.79) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.75) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.86) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.77) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.11) การให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านบุคคล	อายุ							
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี	4.05	มาก	4.30	มากที่สุด	4.11	มาก	4.33	มากที่สุด
ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน	3.77	มาก	4.17	มาก	4.14	มาก	4.44	มากที่สุด
ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	3.64	มาก	4.15	มาก	4.08	มาก	4.22	มากที่สุด
ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน	3.64	มาก	4.12	มาก	4.13	มาก	4.44	มากที่สุด
รวม	**3.77**	**มาก**	**4.19**	**มาก**	**4.12**	**มาก**	**4.36**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี และกลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.77, 4.19 และ4.12 ตามลำดับ) ในขณะที่กลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.36)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.30) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) และความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) ด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในทุกด้าน ได้แก่ ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.44) ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.44) ด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.33) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ							
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.41	มาก	4.02	มาก	3.97	มาก	4.33	มากที่สุด
ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์	3.23	ปานกลาง	4.05	มาก	3.88	มาก	3.89	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ	3.68	มาก	4.13	มาก	3.98	มาก	4.00	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ	3.68	มาก	4.29	มากที่สุด	3.98	มาก	4.22	มากที่สุด
รวม	**3.50**	**มาก**	**4.12**	**มาก**	**3.95**	**มาก**	**4.11**	**มาก**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี และกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.50, 4.12, 3.95 และ 4.11 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.68) บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.29) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากด้านบริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.98) บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.22) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านบริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อายุ							
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	3.50	มาก	4.13	มาก	3.87	มาก	4.44	มากที่สุด
ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น	3.68	มาก	4.14	มาก	3.98	มาก	4.22	มากที่สุด
การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.82	มาก	4.12	มาก	4.07	มาก	3.78	มาก
มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล	3.50	มาก	4.06	มาก	4.12	มาก	3.78	มาก
รวม	**3.63**	**มาก**	**4.11**	**มาก**	**4.01**	**มาก**	**4.06**	**มาก**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี และกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.63, 4.11, 4.01 และ 4.06 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.82) ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.50) และการให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.14) การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.13) การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.12) การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.07) ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.98) และการให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านการให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.44) และลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.22) นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากในด้านมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.78) และการบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่าง ๆ ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	อายุ							
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.69	มาก	3.59	มาก	3.44	มาก	3.86	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.73	มาก	3.92	มาก	3.93	มาก	4.26	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.76	มาก	3.83	มาก	3.76	มาก	4.00	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.56	มาก	3.68	มาก	3.66	มาก	3.93	มาก
ปัจจัยด้านบุคคล	3.77	มาก	4.19	มาก	4.12	มาก	4.36	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.50	มาก	4.12	มาก	3.95	มาก	4.11	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.63	มาก	4.11	มาก	4.10	มาก	4.06	มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้านโดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมาคือปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.56) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้านโดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.68) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้านโดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.66) และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.36) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.26) นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากในปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.36) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.26) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.93) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษา ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ	4.00	มาก	3.94	มาก	3.86	มาก
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น รายการบันเทิง กีฬา ข่าว บริการข้อมูลธุรกิจ บริการราคาสินค้า	4.00	มาก	3.74	มาก	3.35	ปานกลาง
เป็นต้น	3.33	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง	2.27	น้อย
ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล						
ความยาก ง่าย ในการใช้งาน	3.50	มาก	3.82	มาก	3.59	มาก
รวม	**3.71**	**มาก**	**3.61**	**มาก**	**3.27**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.71 และ 3.61) ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.27)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.82) และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.59) มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.35) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับน้อยด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.27)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB)	3.67	มาก	3.74	มาก	3.92	มาก
การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ	3.50	มาก	4.05	มาก	4.24	มากที่สุด
เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก	4.00	มาก	4.01	มาก	4.35	มากที่สุด
รวม	**3.72**	**มาก**	**3.93**	**มาก**	**4.17**	**มาก**

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.72, 3.93 และ 4.17 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.67) และการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.01) การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.35) และการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากในด้านความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ	3.83	มาก	3.77	มาก	4.14	มาก
การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก	3.67	มาก	3.93	มาก	3.81	มาก
ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย	3.83	มาก	3.76	มาก	3.78	มาก
รวม	**3.78**	**มาก**	**3.82**	**มาก**	**3.91**	**มาก**

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.78, 3.82 และ 3.91) ตามลำดับ

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.83) และการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.93) การ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

แบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.81) และความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์ เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง	3.33	ปานกลาง	3.78	มาก	3.89	มาก
การให้บริการหลังการขายที่ดี	3.83	มาก	3.84	มาก	3.59	มาก
การส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ	3.33	ปานกลาง	3.51	มาก	3.43	มาก
รวม	**3.50**	**มาก**	**3.71**	**มาก**	**3.64**	**มาก**

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.50, 3.71 และ 3.64) ตามลำดับ

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.83) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.33) และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.84) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.78) และการส่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.89) การให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.59) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี	4.04	มาก	4.31	มากที่สุด	3.81	มาก
ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน	3.83	มาก	4.21	มากที่สุด	4.03	มาก
ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	3.67	มาก	4.16	มาก	3.92	มาก
ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน	3.71	มาก	4.19	มาก	3.81	มาก
รวม	**3.81**	**มาก**	**4.22**	**มากที่สุด**	**3.89**	**มาก**

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.81 และ3.89) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.22)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.71) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.31) และความรอบรู้และความสามารถในการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

แนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากในด้านความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.92) การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 3.81) และความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.33	ปานกลาง	4.03	มาก	4.14	มาก
ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์	3.17	ปานกลาง	4.00	มาก	4.03	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ	3.67	มาก	4.10	มาก	3.92	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ	3.67	มาก	4.22	มากที่สุด	4.11	มาก
รวม	**3.46**	**มาก**	**4.09**	**มาก**	**4.05**	**มาก**

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.46, 4.09 และ 4.05 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และบริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.67) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.33) และศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.22) นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากในด้านบริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.14) บริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และบริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจีเอส เอ็ม

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	3.50	มาก	4.12	มาก	3.92	มาก
ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น	3.67	มาก	4.12	มาก	4.03	มาก
การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.83	มาก	4.11	มาก	3.81	มาก
มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล	3.50	มาก	4.06	มาก	3.92	มาก
รวม	**3.63**	**มาก**	**4.10**	**มาก**	**3.92**	**มาก**

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.63, 4.10 และ 3.92 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.83) ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.50) และการให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้านได้แก่ ด้านการให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.12) การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.11) และมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้านได้แก่ ด้านลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.03) การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.92) และการบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่าง ๆ ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.71	มาก	3.61	มาก	3.27	ปานกลาง
ปัจจัยด้านราคา	3.72	มาก	3.93	มาก	4.17	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.78	มาก	3.82	มาก	3.91	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.50	มาก	3.71	มาก	3.64	มาก
ปัจจัยด้านบุคคล	3.81	มาก	4.22	มากที่สุด	3.89	มาก
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.46	มาก	4.09	มาก	4.05	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.63	มาก	4.10	มาก	3.92	มาก

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมาคือปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.22) นอกจากนี้มีระดับความพึงพอใจในระดับมากในปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.71) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

3.92) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.89) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ							
	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท/ห้างร้าน		กิจการส่วนตัว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ	4.19	มาก	4.02	มาก	3.88	มาก	4.00	มาก
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น รายการบันเทิง กีฬา ข่าว บริการข้อมูลธุรกิจ บริการราคาสินค้า	4.00	มาก	4.03	มาก	3.62	มาก	3.66	มาก
ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล	3.11	ปานกลาง มาก	2.91	ปานกลาง มาก	2.90	ปานกลาง มาก	2.79	ปานกลาง มาก
ความยาก ง่าย ในการใช้งาน	3.59		4.05		3.71		3.89	
รวม	**3.72**	**มาก**	**3.75**	**มาก**	**3.53**	**มาก**	**3.59**	**มาก**

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน และอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.72, 3.75, 3.53 และ3.59 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และตรา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ยี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.72) และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ							
	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท/ห้างร้าน		กิจการส่วนตัว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB)	3.74	มาก	4.08	มาก	3.61	มาก	4.09	มาก
การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ	3.74	มาก	4.12	มาก	3.97	มาก	4.45	มากที่สุด
เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก	4.19	มาก	4.17	มาก	3.91	มาก	4.45	มากที่สุด
รวม	**3.89**	**มาก**	**4.12**	**มาก**	**3.83**	**มาก**	**4.33**	**มากที่สุด**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.89, 4.12 และ3.83 ตามลำดับ) ในขณะที่อาชีพประกอบกิจการส่วนตัวมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.33)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.74) และการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.17) การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดใน ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.45) และเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.45) นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากในด้านความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อาชีพ							
	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท/ห้างร้าน		กิจการส่วนตัว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ช่วยลูกค้าไม่สับสน	4.04	มาก	3.74	มาก	3.71	มาก	4.28	มาก
การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก	3.74	มาก	3.88	มาก	3.90	มาก	4.02	มาก
ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย	3.89	มาก	3.89	มาก	3.72	มาก	3.77	มาก
รวม	**3.89**	**มาก**	**3.84**	**มาก**	**3.78**	**มาก**	**4.02**	**มาก**

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน และอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.89, 3.84, 3.78 และ4.02 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.88) และการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.72) และการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากในด้านการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.02) และความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ							
	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท/ห้างร้าน		กิจการส่วนตัว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง	3.44	มาก	4.11	มาก	3.75	มาก	3.77	มาก
การให้บริการหลังการขายที่ดี	3.89	มาก	4.03	มาก	3.83	มาก	3.82	มาก
การส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ	3.44	มาก	3.74	มาก	3.43	มาก	3.49	มาก
รวม	**3.59**	**มาก**	**3.96**	**มาก**	**3.67**	**มาก**	**3.69**	**มาก**

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน และอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.59, 3.96, 3.67 และ3.69 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.89) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.44) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.11) การให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.83) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.75) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.82) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.77) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านบุคคล	อาชีพ							
	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท/ห้างร้าน		กิจการส่วนตัว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี	4.22	มากที่สุด	4.40	มากที่สุด	4.17	มาก	4.45	มากที่สุด
ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน	4.00	มาก	4.37	มากที่สุด	4.10	มาก	4.36	มากที่สุด
ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	3.89	มาก	4.20		4.06	มาก	4.36	มากที่สุด
ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน	3.89	มาก	4.32	มากที่สุด	4.06	มาก	4.36	มากที่สุด
รวม	**4.00**	**มาก**	**4.32**	**มากที่สุด**	**4.10**	**มาก**	**4.38**	**มากที่สุด**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.00 และ4.10) ในขณะที่อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.32 และ 4.38)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.22) นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากในด้านความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.40) ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.37) และความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.32) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากในด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.45) ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.36) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.36) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ							
	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท/ห้างร้าน		กิจการส่วนตัว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.48	มาก	4.25	มากที่สุด	3.97	มาก	4.11	มาก
ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์	3.19	ปานกลาง	3.98	มาก	4.01	มาก	4.02	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและ การสื่อสารของประเทศ	3.74	มาก	4.00	มาก	4.12	มาก	4.02	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ	3.74	มาก	4.12	มาก	4.21	มากที่สุด	4.36	มากที่สุด
รวม	**3.54**	**มาก**	**4.09**	**มาก**	**4.08**	**มาก**	**4.13**	**มาก**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน และอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.54, 4.09, 4.08 และ4.13 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.74) บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และด้านศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.25) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.12) บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.21) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากด้านบริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.01) และศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดใน ด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.36) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากด้านศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.11) บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อาชีพ							
	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท/ห้างร้าน		กิจการส่วนตัว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ	3.74	มาก	4.29	มากที่สุด	4.03	มาก	4.11	มาก
มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	3.89	มาก	4.22	มากที่สุด	4.05	มาก	4.19	มาก
ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่านATM เป็นต้น	3.70	มาก	3.91	มาก	4.12	มาก	4.19	มาก
การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24ชั่วโมง	3.44	มาก	3.88	มาก	4.10	มาก	4.09	มาก
มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล								
รวม	**3.69**	**มาก**	**4.08**	**มาก**	**4.08**	**มาก**	**4.14**	**มาก**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน และอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.69, 4.08, 4.08 และ4.14 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.89) การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และการบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.70) และมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านการให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.22) นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากในด้านการบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.91) และมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้านได้แก่ ด้านการบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.10) ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.05) และการให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว มีรความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้านได้แก่ ด้านลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.19) การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.19) การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.11) และมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 58 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่าง ๆ ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	อาชีพ							
	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท/ห้างร้าน		กิจการส่วนตัว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.72	มาก	3.75	มาก	3.53	มาก	3.59	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.89	มาก	4.12	มาก	3.83	มาก	4.33	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.89	มาก	3.84	มาก	3.78	มาก	4.02	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.59	มาก	3.96	มาก	3.67	มาก	3.69	มาก
ปัจจัยด้านบุคคล	4.00	มาก	4.32	มากที่สุด	4.10	มาก	4.38	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.54	มาก	4.09	มาก	4.08	มาก	4.13	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.69	มาก	4.08	มาก	4.08	มาก	4.14	มาก

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้านโดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.59) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.32) นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากในปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.12) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยด้านกระบวนการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

(ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้านโดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.38) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.33) นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากในปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.69) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจีเอส เอ็ม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ	4.14	มาก	3.86	มาก	4.03	มาก	3.89	มาก	3.86	มาก
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น รายการบันเทิง กีฬา ข่าว บริการข้อมูลธุรกิจ บริการราคาสินค้า เป็นต้น	4.00	มาก	3.23	ปานกลาง	3.81	มาก	3.95	มาก	3.61	มาก
ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล	3.14	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง
ความยาก ง่าย ในการใช้งาน	3.57	มาก	3.66	มาก	3.84	มาก	3.88	มาก	3.75	มาก
รวม	**3.71**	**มาก**	**3.37**	**ปานกลาง**	**3.65**	**มาก**	**3.69**	**มาก**	**3.50**	**มาก**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.71, 3.65, 3.69 และ3.50 ตามลำดับ) ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.37)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.66) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.23) และความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.84) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.75) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB)	3.71	มาก	3.27	ปานกลาง	3.74	มาก	4.05	มาก	3.78	มาก
การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.71	มาก	3.66	มาก	4.08	มาก	4.25	มาก	4.09	มาก
ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ	4.14	มาก	3.63	มาก	4.10	มาก	4.13	มาก	4.08	มาก
เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก										
รวม	**3.86**	**มาก**	**3.52**	**มาก**	**3.97**	**มาก**	**4.15**	**มาก**	**3.98**	**มาก**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.86, 3.52, 3.97, 4.15 และ3.98 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.71) และการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในด้านการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.66) เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.10) การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.13) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.08) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสนรับบริการได้ตรงตามความต้องการ	4.00	มาก	3.23	ปานกลาง	3.87	มาก	4.08	มาก	3.76	มาก
การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก	3.71	มาก	3.55	มาก	3.99	มาก	4.22	มากที่สุด	3.76	มาก
ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย	3.86	มาก	3.54	มาก	3.89	มาก	3.80	มาก	3.70	มาก
รวม	**3.86**	**มาก**	**3.44**	**มาก**	**3.92**	**มาก**	**4.03**	**มาก**	**3.74**	**มาก**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.86, 3.44, 3.92, 4.03 และ3.74)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น

แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) และการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากด้านการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.55) และความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.54) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดใน ด้านการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.22) นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากด้านการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.76) การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.76) และความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง	3.43	มาก	3.57	มาก	3.78	มาก	3.90	มาก	3.83	มาก
การให้บริการหลังการขายที่ดี	3.86	มาก	3.64	มาก	3.79	มาก	3.97	มาก	3.80	มาก
การส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ	3.43	มาก	3.38	ปานกลาง	3.47	มาก	3.59	มาก	3.51	มาก
รวม	**3.57**	**มาก**	**3.53**	**มาก**	**3.68**	**มาก**	**3.82**	**มาก**	**3.71**	**มาก**

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.57, 3.53, 3.68, 3.82 และ3.71 ตามลำดับ)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.86) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.43) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.64) และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.57) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.79) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.78) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.97) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.90) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.83) การให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านบุคคล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดีความรอบรู้และ	4.18	มาก	4.14	มาก	4.30	มากที่สุด	4.41	มากที่สุด	4.10	มาก
ความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน	4.00	มาก	4.04	มาก	4.21	มากที่สุด	4.29	มากที่สุด	4.14	มาก
ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	3.86	มาก	4.04	มาก	4.19	มาก	4.15	มาก	4.08	มาก
ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน	3.89	มาก	3.96	มาก	4.23	มากที่สุด	4.20	มาก	4.10	มาก
รวม	**3.98**	**มาก**	**4.04**	**มาก**	**4.23**	**มากที่สุด**	**4.25**	**มากที่สุด**	**4.11**	**มาก**

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.98, 4.04 และ4.11 ตามลำดับ) ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.23 และ 4.25)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) และความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.23) และความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.41) และความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.29) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถาน ที่จอดรถเพียงพอ	3.43	มาก	3.57	มาก	4.12	มาก	4.31	มากที่สุด	3.98	มาก
ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ และเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์	3.14	ปานกลาง	3.64	มาก	4.14	มาก	4.27	มากที่สุด	3.83	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ	3.71	มาก	3.98	มาก	4.11	มาก	4.36	มากที่สุด	3.86	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ	3.71	มาก	4.05	มาก	4.30	มากที่สุด	4.49	มากที่สุด	3.95	มาก
รวม	**3.50**	**มาก**	**3.81**	**มาก**	**4.17**	**มาก**	**4.36**	**มากที่สุด**	**3.90**	**มาก**

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.50, 3.81, 4.17 และ3.90) ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.36)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.71) บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และด้านศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.05) บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.30) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และบริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในทุกด้าน ได้แก่ ด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.49) บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.98) บริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.95) บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจีเอส เอ็ม

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวกรวดเร็ว	3.71	มาก	3.93	มาก	4.18	มาก	4.29	มากที่สุด	3.89	มาก
มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ	3.86	มาก	3.93	มาก	4.17	มาก	4.30	มากที่สุด	3.93	มาก
ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น										
การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.71	มาก	4.05	มาก	4.12	มาก	4.35	มากที่สุด	3.83	มาก
มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล	3.43	มาก	4.00	มาก	4.07	มาก	4.26	มากที่สุด	3.90	มาก
รวม	**3.68**	**มาก**	**3.98**	**มาก**	**4.14**	**มาก**	**4.30**	**มากที่สุด**	**3.89**	**มาก**

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.68, 3.98, 4.14 และ3.89 ตามลำดับ) ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.30)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.71) การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.71) และมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้านได้แก่ ด้านการบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.00) การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้านได้แก่ ด้านการให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.17) การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.07) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในทุกด้านได้แก่ ด้านการบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.35) ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.30) การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.26) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้านได้แก่ ด้าน ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.90) การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 66 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่าง ๆ ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.14	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง
ปัจจัยด้านราคา	3.86	มาก	3.52	มาก	3.97	มาก	4.15	มาก	3.98	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.86	มาก	3.44	มาก	3.92	มาก	4.03	มาก	3.74	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.57	มาก	3.53	มาก	3.68	มาก	3.82	มาก	3.71	มาก
ปัจจัยด้านบุคคล	3.98	มาก	4.04	มาก	4.23	มากที่สุด	4.25	มากที่สุด	4.11	มาก
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.50	มาก	3.81	มาก	4.17	มาก	4.36	มากที่สุด	3.90	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.68	มาก	3.98	มาก	4.14	มาก	4.30	มากที่สุด	3.89	มาก
รวม	**3.66**	**มาก**	**3.58**	**มาก**	**3.86**	**มาก**	**3.99**	**มาก**	**3.73**	**มาก**

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.66, 3.58, 3.86, 3.99 และ3.73 ตามลำดับ)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.52) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.23) นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากในปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.92) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.26) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับมากในปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.03) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระบบการเสียค่าบริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	แบบเหมาจ่ายรายเดือน		แบบเติมเงินวัน-ทู-คอล	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ	3.95	มาก	3.91	มาก
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น รายการบันเทิง กีฬา ข่าวบริการข้อมูลธุรกิจ บริการราคาสินค้า เป็นต้น	3.62	มาก	3.98	มาก
ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล	2.89	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง
ความยาก ง่าย ในการใช้งาน	3.80	มาก	3.74	มาก
รวม	**3.57**	**มาก**	**3.64**	**มาก**

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.57) และระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.64)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากด้านตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.89)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจในระดับมากด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตรายี่ห้อของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และความยาก ง่าย ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ นอกจากนี้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระบบการเสียค่าบริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านราคา	ระบบเหมาจ่ายรายเดือน		ระบบเติมเงินวัน-ทู-คอล	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB)	3.73	มาก	3.81	มาก
การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ	4.04	มาก	4.03	มาก
เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก	4.02	มาก	4.07	มาก
รวม	**3.93**	**มาก**	**3.97**	**มาก**

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) และระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.02) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.07) การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องเสียค่าสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการ เช่น แบบแพคเก็จเหมาจ่ายรายเดือน แบบจ่ายตามการใช้งานจริง (ตามจำนวนครั้ง) แบบจ่ายตามปริมาณข้อมูลที่ใช้ (KB) (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระบบการเสียค่าบริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระบบเหมาจ่ายรายเดือน		ระบบเติมเงินวัน-ทู-คอล	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ	3.85	มาก	3.71	มาก
การมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก	3.88	มาก	3.97	มาก
ความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย	3.81	มาก	3.66	มาก
รวม	**3.85**	**มาก**	**3.78**	**มาก**

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.85) และระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.78)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.88) การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนกซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการมีตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่งให้เลือกติดต่อตามความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.97) การแบ่งพื้นที่ศูนย์บริการออกเป็นสัดส่วน เช่น แผนกขาย แผนกรับชำระค่าบริการ แผนก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ซ่อม ซึ่งช่วยให้ลูกค้าไม่สับสน รับบริการได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระบบการเสียค่าบริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระบบเหมาจ่ายรายเดือน		ระบบเติมเงินวัน-ทู-คอล	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง	3.80	มาก	3.67	มาก
การให้บริการหลังการขายที่ดี	3.86	มาก	3.70	มาก
การส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ	3.51	มาก	3.45	มาก
รวม	**3.72**	**มาก**	**3.61**	**มาก**

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.72) และระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.61)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.86) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.70) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อพิมพ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.67) และ การส่งเอกสารเชิญชวนให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังลูกค้าเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระบบการเสียค่าบริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจีเอส เอ็ม

ปัจจัยด้านบุคคล	ระบบเหมาจ่ายรายเดือน		ระบบเติมเงินวัน-ทู-คอล	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี	4.27	มากที่สุด	4.18	มาก
ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน	4.20	มาก	4.10	มาก
ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	4.13	มาก	4.05	มาก
ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน	4.19	มาก	4.00	มาก
รวม	**4.20**	**มาก**	**4.08**	**มาก**

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.20) และระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.08)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.27) นอกจากนี้มีความพึงพอใจระดับมากในด้านความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความรอบรู้และความสามารถในการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีจีพีอาร์เอสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) และความสามารถในการแก้ปัญหาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระบบการเสียค่าบริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระบบเหมาจ่ายรายเดือน		ระบบเติมเงินวัน-ทู-คอล	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ	4.07	มาก	3.81	มาก
ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์	3.98	มาก	3.85	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ	4.05	มาก	4.06	มาก
บริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ	4.19	มาก	4.18	มาก
รวม	**4.07**	**มาก**	**3.98**	**มาก**

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.07) และระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.98)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.07) บริษัทผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านบริษัทผู้ให้บริการมีเครือข่ายโทรศัพท์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.18) บริษัทผู้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ศูนย์บริการมีจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอและเปิดให้บริการทุกเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และศูนย์บริการตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระบบการเสียค่าบริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจี เอส เอ็ม

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระบบเหมาจ่ายรายเดือน		ระบบเติมเงินวัน-ทู-คอล	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.07	มาก	4.04	มาก
ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น	4.08	มาก	4.07	มาก
การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.06	มาก	4.05	มาก
มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล	3.99	มาก	4.08	มาก
รวม	**4.05**	**มาก**	**4.06**	**มาก**

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.05) และระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.06)

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.08) การให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.07) การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.06) และมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้านได้แก่ ด้านมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.08) ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้หลายวิธี เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระที่สาขาของบริษัท ชำระผ่าน ATM เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.07) การบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.05) และการให้บริการ ณ ศูนย์บริการ มีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามระบบการเสียค่าบริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่าง ๆ ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจีเอส เอ็ม

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	ระบบเหมาจ่ายรายเดือน		ระบบเติมเงินวัน-ทู-คอล	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.57	มาก	3.64	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.93	มาก	3.97	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.85	มาก	3.78	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.72	มาก	3.61	มาก
ปัจจัยด้านบุคคล	4.20	มาก	4.08	มาก
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.07	มาก	3.98	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.05	มาก	4.06	มาก

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบบเหมาจ่ายรายเดือนมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.72) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระบบเติมเงินวัน-ทู-คอลมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ อันดับแรกปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>ส่วนที่ 3</u> ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 75 แสดงอันดับปัญหาที่เคยประสบในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาจากการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	เคย		ไม่เคย		ลำดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เกิดความสับสนในการใช้บริการ	281	72.05	109	27.95	6
มีความยุ่งยากในการตั้งค่า การใช้งาน	309	79.23	81	20.77	3
มีความล่าช้าในการรับส่งข้อความ	339	86.92	51	13.08	1
การรับส่งข้อความ Email ไม่สำเร็จ	306	78.46	84	21.54	4
ได้รับข้อความ Email ซ้ำกันเป็นจำนวนหลายครั้ง	180	46.15	210	53.85	7
ไม่สามารถทำการดาวน์โหลด โลโก้ ริงโทน และเกมส์ได้	323	82.82	67	17.18	2
โทรศัพท์เคลื่อนที่มีขนาดพื้นที่ในการเก็บข้อมูล SMS โลโก้ ริงโทนจำกัด	290	74.36	100	25.64	5

จากตารางที่ 75 แสดงอันดับปัญหาที่เคยประสบในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประสบปัญหา 3 อันดับแรก ได้แก่ มีความล่าช้าในการรับส่งข้อความ คิดเป็นร้อยละ 86.92 รองลงมาคือ ปัญหาไม่สามารถทำการดาวน์โหลด โลโก้ ริงโทน และเกมส์ได้ คิดเป็นร้อยละ 82.82 และมีความยุ่งยากในการตั้งค่า การใช้งาน ร้อยละ 79.23 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 76 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่ให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาจากการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

แหล่งที่ให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาจากการใช้จากการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ติดต่อศูนย์บริการ	289	74.10
ติดต่อ Call Center	199	51.03
ร้านมือถือทั่วไป	37	9.49
บุคคลรอบข้าง ได้แก่ เพื่อน, แฟน, ครอบครัว, เพื่อนร่วมงาน, คนรู้จัก	291	74.62
หาข้อมูลด้วยตนเอง	152	38.97

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, n = 390

จากตารางที่ 76 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่ให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาจากการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำในการแก้ไขปัญหาจากบุคคลรอบข้าง ได้แก่ เพื่อน, แฟน, ครอบครัว, เพื่อนร่วมงาน, คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 74.62 รองลงมาคือ จากการติดต่อศูนย์บริการ คิดเป็นร้อยละ 74.10 ติดต่อ Call Center คิดเป็นร้อยละ 51.03 หาข้อมูลด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 38.97 และจากร้านมือถือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 9.49 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved