

๑
๖๕๘.๕๖๔๓
๑๖๓๔ ๗

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณ
ความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)

- 8 ก.ย. 2553



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2553
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๘๓๖๒๓๘๗

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณ
ความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

พฤษภาคม 2553



จักษณา สุวรรณมัย. (2553). ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) จำนวน 200 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียวในกรณีที่พบความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะใช้การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences)

For Windows version 10

ผลการศึกษา พบว่า

1. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวมในระดับมาก ด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก
2. ประเภทองค์กรต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน
3. ขนาดองค์กรต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน
4. องค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

5. องค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวมไม่แตกต่างกัน และรายด้านพบว่าด้านบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

6. องค์กรที่ใช้ประเภทอินเทอร์เน็ตต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

7. ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน



FACTORS INPARTANT TO DECISION MAKING IN USING LEASED LINE OF
CS LOXINFO COMPANY LIMITED



Presented in partial fulfillment of the requirements for the
Master of Business Administration Degree in Maketing
at Srinakharinwirote University

May 2010

Jaksana Suwannamai. (2010). *Factors important to decision making in using leased line of CS Loxinfo Company Limited*. Mater Project, M.B.A. (Marketing) Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Dr. Paiboon Acharoongroj.

The objective of this research is to study the important to decision making in using leased line of CS Loxinfo Company Limited. The sample size composed of 130 customers, who used leased line of CS Loxinfo Company Limited. Questionnaires are used to gather data for this study is Rating Scale. Data Analysis techniques used are Percentage, Mean , Standard Deviation, t-test and One Way ANOVA. In case there are significant different in one-way ANOVA test, LSD was used to compare the different. All analyses are done using SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows version 10.

The research revealed that

1. The customers to decision making in using leased line of CS Loxinfo Company Limited on overall factor most process factor and product factor mostest the others are most.
2. Category of Organize has no significant effect to decision making in using leased line of CS Loxinfo Company Limited on overall factor and on subscale. 3. Size of Organize has no significant effect to decision making in using leased line of CS Loxinfo Company Limited on overall factor and on subscale. 4. Service charge has no significant effect to decision making in using leased line of CS Loxinfo Company Limited on overall factor and on subscale. 5. Speed has no significant effect to decision making in using leased line of CS Loxinfo Company Limited on overall factor and people factor has significant level of .05
6. Category of Internet has no significant effect to decision making in using leased line of CS Loxinfo Company Limited on overall factor and on subscale.
7. Decider has has no significant effect to decision making in using leased line of CS Loxinfo Company Limited on overall factor and on subscale.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต
แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด
(มหาชน) ของ จักรณา สุวรรณมัย ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

คณะกรรมการสอบ

ประธาน

(อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ลำสัน เลิศกุลประหยัด)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 27 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2553

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่านับตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำปรึกษา คำแนะนำที่มีคุณค่า ช่วยเหลือและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ และ อาจารย์ถำตัน เลิศกุลประหยัด ที่กรุณาเป็นกรรมการเพิ่มเติมในการสอบสารนิพนธ์ ตรวจสอบสอบถาม และให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์ อีกทั้งยังให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้ และให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตรทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ความช่วยเหลือตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย อีกทั้งให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่สาว ผู้ซึ่งให้ชีวิต ความรัก อบรมสั่งสอน และเป็นแรงบันดาลใจให้วันนี้ คอยให้กำลังใจ มอบโอกาสในการศึกษาเป็นวิชาความรู้ติดตัวในปัจจุบัน

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบพระคุณอันยิ่งใหญ่ของบิดา มารดา ผู้ให้ความรัก ความเมตตา และสนับสนุนให้ได้รับการศึกษาเป็นอย่างดีมาโดยตลอด รวมทั้งพระคุณของครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นพื้นฐานตลอดจนครอบครัวของผู้วิจัยเอง ที่สนับสนุน และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย อันก่อให้เกิดผลสำเร็จในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้

จักขณา สุวรรณมัย

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมุติฐานการวิจัย.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
อินเทอร์เน็ต.....	9
บริการอินเทอร์เน็ตผ่านสาย Leased Line.....	10
บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน).....	14
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	22
ส่วนประสมทางการตลาด.....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	33
เครื่องมือที่ใช้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
วิธีดำเนินการในการสร้างเครื่องมือ.....	37
วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
ลำดับชั้นที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	69
ความมุ่งหมายของการศึกษา.....	69
สรุปผล.....	69
อภิปรายผล.....	71
ข้อเสนอแนะ.....	73
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก.....	78
ภาคผนวก ก.....	79
ภาคผนวก ข.....	83
ภาคผนวก ค.....	85
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	87

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มที่จะนำมาทำวิจัยในครั้งนี้.....	34
2 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของผู้ใช้บริการด้านประเภทขององค์กร ขนาดขององค์กร ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วอินเทอร์เน็ต ประเภท อินเทอร์เน็ต และผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร.....	43
3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) (N=130).....	45
4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ (N=130).....	46
5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ด้านการจัดจำหน่าย (N=130).....	47
6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ด้านบุคคล (N=130).....	48
7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการ (N=130).....	48
8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ที่ประเภทขององค์กรต่างกัน.....	50
9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ที่ขนาดขององค์กรต่างกัน.....	51

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
10 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลือกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ที่ขนาดขององค์กรต่างกัน.....	52
11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลือกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) องค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย ต่อเดือนต่างกัน.....	54
12 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลือกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) องค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย ต่อเดือนต่างกัน.....	56
13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลือกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) องค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตต่างกัน.....	58
14 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลือกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ที่ความเร็วอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน.....	60
15 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลือกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ที่ความเร็วอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน ด้านบุคคล เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามความเร็วอินเทอร์เน็ตขององค์กร.....	61
16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลือกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ที่ประเภทอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน.....	63
17 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลือกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ที่ประเภทอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน.....	65

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน.....	66
19 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน.....	67



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 การเชื่อมต่อ Lease Line.....	13
3 ระดับช่องทางการจัดจำหน่าย.....	29



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ที่เชื่อมโยงโลกเข้าไว้ด้วยกัน อินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของคนเรามากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากความสามารถในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในลักษณะสื่อประสม (Multimedia) คือสามารถสื่อความหมายได้ทั้งในรูปแบบข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงไปพร้อม ๆ กัน ทำให้ผู้ใช้ได้รับความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการสื่อสารมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ โดยอินเทอร์เน็ตได้ถูกนำไปใช้หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการติดต่อสื่อสาร การศึกษา ความบันเทิง และที่น่าสนใจที่สุดคือได้ถูกนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ โดยเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เนื่องจากมีต้นทุนต่ำ และสามารถเข้าถึงลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก จึงเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นทุก ๆ ธุรกิจจึงเข้ามาให้ความสำคัญในด้านการใช้งานอินเทอร์เน็ต ซึ่งเปรียบเสมือนเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจด้วย และด้วยสถานะการแข่งขันของตลาดโลกมีการแข่งขันที่รุนแรงอย่างในในปัจจุบันองค์กรหลายแห่งหันมาเพิ่มช่องทางในการแข่งขันโดยใช้ “อินเทอร์เน็ต” มาช่วยในการแข่งขัน ในการเชื่อมโยงไปสู่ลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ทั้งยังสามารถลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง โดยเดิมเราต้องเดินทางไปติดต่อทำการค้ายังต่างประเทศ แต่ปัจจุบันเปลี่ยนมาใช้ในการประชุมออนไลน์ (VDO Conference) แทน

การใช้อินเทอร์เน็ตจะต้องมีการเชื่อมต่อระหว่างผู้ใช้บริการกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั่วโลก ซึ่งมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันไป เช่น ความเร็วในการรับและส่งข้อมูล ความเสถียร ค่าใช้จ่ายในการใช้งาน ซึ่งผู้ใช้บริการจำเป็นต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับตนเอง การเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเลือกใช้ให้ถูกประเภทเพื่อความสะดวก รวดเร็ว และคุ้มค่าต่อการใช้งานอย่างแท้จริง

จากปัจจัยต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider : ISP) แต่ละรายหันมาให้ความสำคัญตลาดกลุ่มที่เป็นลูกค้าภาคองค์กรกันมากขึ้น และสำหรับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเองก็มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากเช่นกัน ทำให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่ในปัจจุบันต้องพัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อที่จะตอบสนองตลาดองค์กรกันมากยิ่งขึ้น สำหรับการติดตั้งอินเทอร์เน็ตสำหรับองค์กร หรือที่เรียกกันว่าการบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased line) มีค่าใช้จ่ายในการติดตั้งค่อนข้างสูง ถ้าเทียบกับการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ใช้งานตามบ้าน จากรายงานประจำปีของปี พ.ศ. 2549 ของบริษัท

ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) พบว่าบริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการให้บริการลูกค้าประเภทองค์กรแบบเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2548 เป็นจำนวนเงิน 83 ล้านบาท และ ปี พ.ศ. 2550 บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการให้บริการลูกค้าประเภทองค์กรแบบเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2549 จำนวนเงิน 111 ล้านบาท และเนื่องจากในประเทศไทยคู่แข่งในตลาดอินเทอร์เน็ตประเภทองค์กรแบบเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) มีผู้แข่งขันอยู่ 5 รายหลัก ๆ คือ บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) บริษัท เค เอส ซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต จำกัด บริษัท แพคเกจ ลิมิเต็ด บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด และบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งในสภาพเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ในปัจจุบันทำให้หลาย ๆ องค์กร นำเหตุผลหลาย ๆ อย่างมาช่วยในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) มากยิ่งขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในแผนกผู้แทนขายอินเทอร์เน็ตประเภทองค์กรของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) จึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาว่าพฤติกรรมและปัจจัยใดมีผลทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการจากบริษัทเรา และที่ยังไม่เลือกใช้มีสาเหตุมาจากอะไรบ้าง เพื่อจะนำไปปรับปรุงและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการจากเราในอนาคตด้วย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ผลกระทบ การจัดทำนาย บุคคล และกระบวนการ

2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ประเภทขององค์กร ขนาดขององค์กร ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วอินเทอร์เน็ต ประเภทอินเทอร์เน็ต และผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร

ความสำคัญของการวิจัย

ข้อค้นพบจากการวิจัย ทำให้ทราบข้อมูลปัจจัยและส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ที่จะเป็แนวทางสำหรับการวางแผน ปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค สนองตอบความต้องการของลูกค้า ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์การขายและการตลาดของบริษัท เพื่อการแข่งขันในตลาดระดับประเทศและต่างประเทศต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มลูกค้าที่เลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของ บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ที่มีอยู่ทั้งสิ้น 2,800 ราย แยกเป็นลูกค้าที่เป็นบริษัท หรือองค์กรเอกชน จำนวน 2,235 ราย และหน่วยงาน หรือองค์กรของรัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 565 ราย (บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน). 2551: ฐานข้อมูลออนไลน์) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้าที่เลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของ บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ขนาดตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง (Malhotra, 2002: อ้างอิงจาก Men Shaohua, 2004: 46) เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

ลักษณะของผู้ใช้บริการ

1. ประเภทขององค์กร ได้แก่

1.1 บริษัท หรือองค์กรของเอกชน

1.2 หน่วยงาน หรือองค์กรของรัฐบาล และรัฐวิสาหกิจ

2. ขนาดขององค์กร

2.1 ขนาดเล็ก

2.2 ขนาดกลาง

2.3 ขนาดใหญ่

3. ค่าบริการอินเทอร์เน็ต Leased Line โดยเฉลี่ยต่อเดือน (ไม่รวม Vat 7%)

- 3.1 ต่ำกว่า 20,000 บาท
- 3.2 20,000 – 30,000 บาท
- 3.3 30,001 – 40,000 บาท
- 3.4 40,001 บาทขึ้นไป

4. ความเร็วของ Leased Line ขององค์กร

- 4.1 ไม่เกิน 1 Mbps
- 4.2 1 Mbps แต่ไม่เกิน 2 Mbps
- 4.3 2 Mbps แต่ไม่เกิน 4 Mbps
- 4.4 4 Mbps ขึ้นไป

5. ประเภทของการใช้ Leased Line ขององค์กร

- 5.1 G.SHDSL
- 5.2 MPLS
- 5.3 DDN หรือ TDM
- 5.4 Fiber optic

6. ผู้ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร

- 6.1 ผู้บริหาร
- 6.2 หัวหน้างาน
- 6.3 เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรตาม ได้แก่

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ผลกระทบ การจัดทำนาย บุคคล และกระบวนการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) หมายถึง บริษัทซึ่งเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) รายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย
2. Leased Line หมายถึง บริการที่ให้ลูกค้าองค์กรเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง
3. Video Conference หมายถึง การประชุมทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต สามารถรับส่งได้ทั้งภาพและเสียง

4. ISP : Internet Service Provider หมายถึง ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต เป็นผู้เชื่อมต่อระหว่างผู้ให้บริการกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั่วโลก

5. International Bandwidth หมายถึง ปริมาณที่ใช้เป็นเส้นทางผ่านไปยังเครือข่ายปลายทางประเทศต่างๆ ทั่วโลก

6. Network หมายถึง ระบบที่มีการเชื่อมโยงกันระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์หลาย ๆ เครื่อง หรือตั้งแต่ 2 เครื่องขึ้นไป ผ่านตัวกลาง (เช่น สายเคเบิล) เพื่อให้คอมพิวเตอร์แต่ละเครื่องสามารถรับส่งข้อมูล ตลอดจนการนำทรัพยากรมาใช้ร่วมกันได้

7. Bandwidth หมายถึง ช่วงความกว้างของท่อวงจรสื่อสารสัญญาณที่สามารถส่งผ่านข้อมูลได้ ซึ่งมีหน่วยเป็น Kbp เช่น ช่วงความกว้างของท่อวงจรสื่อสารสัญญาณที่ 1024 Kbps.

8. ผู้ให้บริการ หรือลูกค้า หมายถึง องค์กรที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) กับบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)

9. ขนาดองค์กร หมายถึง จำนวนพนักงานในแต่ละองค์กรนั้นๆ โดยในการวิจัยนี้ได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

9.1 ขนาดเล็ก หมายถึง องค์กรที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน

9.2 ขนาดกลาง หมายถึง องค์กรที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 50 คน แต่ไม่ถึง 200 คน

9.3 ขนาดใหญ่ หมายถึง องค์กรที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 200 คน คนขึ้นไป

10. ค่าบริการอินเทอร์เน็ต หมายถึง ค่าอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) โดยในการวิจัยนี้ได้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ต่ำกว่า 20,000 บาท, 20,000 - 30,000 บาท, 30,001-40,000 บาท และ 40,001 บาท ขึ้นไป

11. ความเร็วอินเทอร์เน็ต หมายถึง ความเร็วอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) โดยในการวิจัยนี้ได้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ความเร็วไม่เกิน 1 Mbps, ความเร็ว 1 Mbps แต่ไม่เกิน 2 Mbps, ความเร็ว 2 Mbps แต่ไม่เกิน 4 Mbps และความเร็ว 4 Mbps ขึ้นไป

12. ประเภทอินเทอร์เน็ต หมายถึง ประเภทอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) โดยในการวิจัยนี้ได้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

12.1 G.SHDSL หมายถึง ประเภทของเทคโนโลยีบนอินเทอร์เน็ตแบบวงจรสื่อสารความเร็วสูงที่สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายผ่านสายทองแดง โดยมีความสามารถในการส่งและรับข้อมูลได้สูงสุดที่ 2.3 Mbps บนระบบสายสัญญาณโทรศัพท์แบบ 2 เส้นธรรมดา และยังสามารถทำงานบนสายสัญญาณโทรศัพท์แบบ 4 เส้นได้ โดยการทำงานจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการรับส่งข้อมูลได้สูงสุด 4.6 Mbps สัญญาณมีเสถียรภาพสูง ระยะทางในการเชื่อมต่อจากจุดปล่อยสัญญาณ G.SHDSL ได้ไม่เกิน 5 กิโลเมตร

12.2 MPLS หมายถึง ประเภทของเทคโนโลยีบนอินเทอร์เน็ตแบบวงจรสื่อสารความเร็วสูงที่พัฒนามาจากโครงข่าย IP แบบเดิมผ่านสายทองแดง ทำให้การรับ-ส่งข้อมูลมีประสิทธิภาพด้วยความเร็วที่สูง

12.3 DDN หรือ TDM หมายถึง อินเทอร์เน็ตบนบริการวงจรเช่า หรือบริการเส้นทางการสื่อสารส่วนตัวผ่านสายทองแดง ที่มีความสามารถในการรับ-ส่งสัญญาณได้ไกล ๆ เป็นกิโลเมตรด้วยอัตราเร็วคงที่ และมีการเชื่อมต่ออยู่ตลอดเวลาระหว่าง Point to Point เป็นเทคโนโลยีที่มีความเสถียรและมีความปลอดภัยในการสูญเสียสัญญาณสูง ซึ่งมีความเร็วให้เลือกตั้งแต่ 64 Kbps ถึง 2 Mbps

12.4 Fiber optic หมายถึง ประเภทของเทคโนโลยีบนอินเทอร์เน็ตแบบวงจรสื่อสารความเร็วสูงที่สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายผ่านใยแก้วนำแสงดิจิทัล ที่มีความสามารถในการรับส่งสัญญาณได้ไกล ๆ เป็นกิโลเมตรด้วยอัตราเร็วคงที่ สามารถรับส่งข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ และมีการเชื่อมต่ออยู่ตลอดเวลาระหว่าง Point to Point เป็นเทคโนโลยีที่มีความเสถียรสูง และมีการสูญเสียของสัญญาณน้อยมาก ซึ่งมีความเร็วให้เลือกได้สูงสุดถึง 1,000 Mbps

13. ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ หมายถึง ตัวแปรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของ บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามีดังนี้

13.1 ผลិតภัณฑ์ หมายถึง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยคุณภาพของการส่งข้อมูลที่รวดเร็วแน่นอน มีเส้นทางออก International หลากหลายเส้นทาง มีเส้นทางและปริมาณ International Bandwidth และ Domestic Bandwidth ขนาดใหญ่

13.2 การจัดจำหน่าย หมายถึง ทำเลที่ตั้งของบริษัทมีความสะดวกต่อการเดินทางไปติดต่อกับบริษัท และความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการเมื่อเกิดปัญหาหลังการใช้งาน

13.3 บุคคล หมายถึง พนักงานของบริษัท ที่ประกอบด้วยพนักงานขาย มีทักษะและความรู้ด้าน Network มีความเป็นกันเองมีความสุภาพอ่อนน้อม มีการติดตามผลและการบริการหลังการขาย และวิศวกร (Presale Engineer) มีทักษะและความรู้ด้าน Network ดี

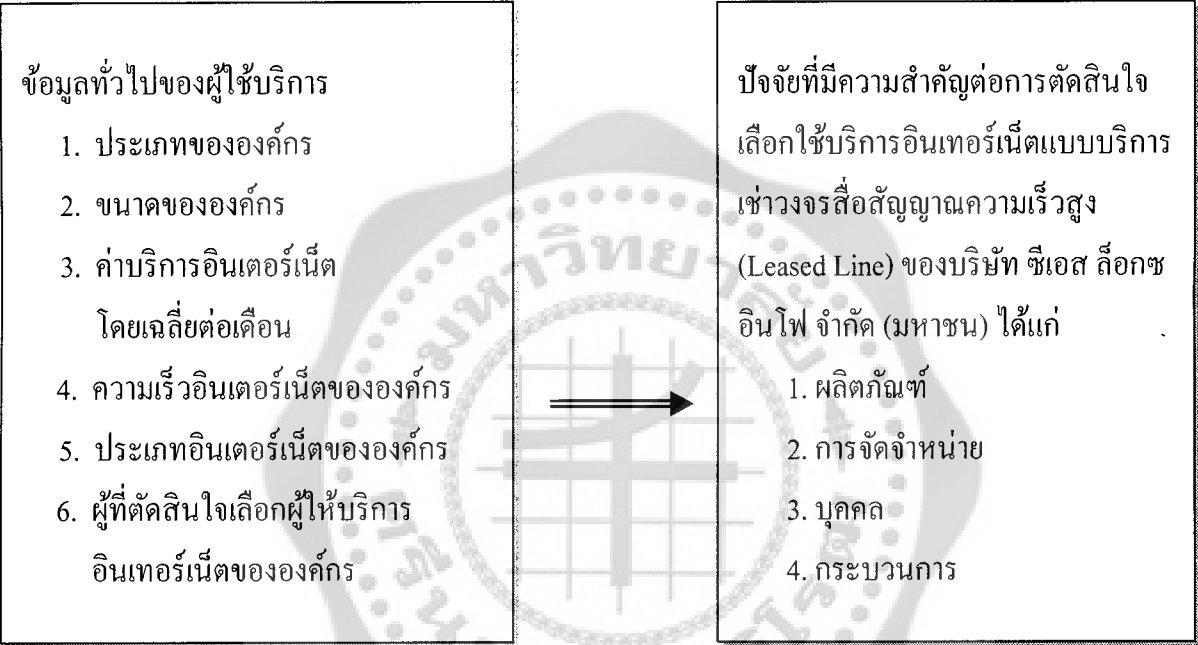
13.4 กระบวนการ หมายถึง กระบวนการในการดำเนินงานของบริษัท ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการติดตั้งวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง และความรวดเร็วในให้บริการแก้ไขปัญหาวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงหลังการใช้งาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้า เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)” มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ประเภทองค์กรต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อก อินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
2. ขนาดขององค์กรต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
3. องค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

4. องค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัทซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

5. องค์กรที่ใช้ประเภทอินเทอร์เน็ตต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

6. ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟจำกัด (มหาชน) ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบ การศึกษาอธิบายรายละเอียดในหัวข้อต่อไปนี้

1. อินเทอร์เน็ต
2. บริการอินเทอร์เน็ตผ่านสาย Leased Line
3. บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)
4. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค
5. ส่วนประสมการตลาด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. อินเทอร์เน็ต

1.1 การขยายตัวอินเทอร์เน็ต

นับตั้งแต่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตถูกรู้จักเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2512 เป็นต้นมา (สืบทอดมาจากเครือข่าย ARPANET จากการก่อตั้งของ Advanced Research Project Agency) ซึ่งเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับแลกเปลี่ยนความรู้กันของนักวิทยาศาสตร์และนักวิชาการ ก็ถูกพัฒนา และนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งเพื่อการรับ-ส่งข่าวสารข้อมูล การสืบค้นหรือการเผยแพร่ข้อมูล โดยเฉพาะเมื่อมีการพัฒนา World Wide Web เพื่อใช้เรียกดูข่าวสารข้อมูลที่มีทั้ง ภาพและเสียงเช่นกัน ที่ได้เห็นในปัจจุบัน อันเป็นผลมาจากพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมที่ทันสมัย ทำให้ข้อมูลบนระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งความรู้ขนาดใหญ่อีกแห่งหนึ่ง นอกเหนือจากที่เรารู้จักและคุ้นเคยกันมานานเช่นกัน ห้องสมุดและพิพิธภัณฑ์ ด้วยวิธีการง่ายมากเพียง ผู้ใช้คลิกเมาส์เท่านั้น ก็สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารและความบันเทิง ซึ่งทั้งภาพและเสียงปรากฏ ให้ผู้ใช้ได้รับรู้ ความสะดวกและประโยชน์ที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต ทำให้จำนวนการใช้ มากขึ้นจนมีการประมาณการว่า ในปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ทั่วโลกประมาณ 50 ล้านคน (<http://www.anamoph.com/docs/cgi/all.cgi>) หรือราวร้อยละ 0.83 ของประชากรทั้งหมดในโลก

1.2 อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ในประเทศไทย อินเทอร์เน็ตเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2530 โดยศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) โดยเริ่มจากเครือข่ายไทยสาร ซึ่งเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระหว่างมหาวิทยาลัยของรัฐ ใช้เฉพาะด้านการศึกษาและการวิจัย เครือข่ายไทยสาร เป็นเครือข่ายที่เชื่อมต่อมหาวิทยาลัยของรัฐทุกแห่ง และหน่วยงานราชการบางส่วน โดยมีเครือข่ายย่อย ๆ จำนวนมากเชื่อมต่อเข้าด้วยกัน ตัวอย่างของเครือข่ายย่อยเหล่านี้ได้แก่ นนทรีเน็ต ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประดู่แดงเน็ตของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ศรีตรังเน็ตของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ TU-NET ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ฯลฯ

หลังจากที่ได้มีการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในวงการศึกษากันอย่างแพร่หลายแล้ว เริ่มมีผู้ให้ความสนใจมากขึ้นเมื่อการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) เปิดให้สัมปทานแก่บริษัทเอกชนในการให้บริการอินเทอร์เน็ตแก่บุคคลทั่วไปในเดือนตุลาคม 2537 โดยเริ่มแรกมี 2 ราย

1. ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตแห่งประเทศไทย (Internet Thailand) โดยการร่วมทุนระหว่างศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) การสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) และองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) เริ่มให้บริการเดือนมีนาคม พ.ศ. 2538

2. บริษัท เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต จำกัด โดยการร่วมลงทุนระหว่างบริษัท เค เอสซี คอมเมอร์เชียล จำกัด กับการสื่อสารแห่งประเทศไทย และมีมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญเป็นที่ปรึกษา เริ่มให้บริการเดือนเมษายน พ.ศ.2538 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (ถึงแม้จะมีปัญหาเรื่องของค่าบริการที่จัดเก็บอยู่ในอัตราค่อนข้างสูง) ทำให้ธุรกิจด้านศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตเพิ่ม ตามไปด้วย จนถึงปัจจุบันมีผู้ได้รับอนุมัติให้เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider) ทั้งหมด 18 รายในประเทศไทย

นอกเหนือจากการเพิ่มจำนวนของผู้ใช้และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตแล้ว การขยายตัว ของการใช้อินเทอร์เน็ต ยังส่งผลต่อธุรกิจด้านอุปกรณ์ (ฮาร์ดแวร์) และซอฟต์แวร์ ที่ใช้ประกอบกับเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อให้สามารถเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้อีกด้วย

2. บริการอินเทอร์เน็ตผ่านสาย Leased Line

บริการอินเทอร์เน็ตผ่านสาย Leased Line เป็นบริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตของลูกค้าที่เป็นกลุ่มบุคคล องค์กรหรือธุรกิจต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นต้องใช้บริการอินเทอร์เน็ต โดยที่พนักงานในองค์กรสามารถ ใช้บริการต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ตได้โดยไม่ต้องโทรเข้าสู่ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสาย Leased Line จะเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตตลอด 24 ชั่วโมง

Lease Line เป็นเครือข่ายส่วนบุคคล ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารด้วยเทคโนโลยีเคเบิลนำแสง รับ-ส่งสัญญาณ ภาพเสียง และข้อมูล ระหว่างสถานที่ 2 แห่ง สามารถติดต่อถึงกันได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ และปลอดภัยจากการละเมิดข้อมูล และยังสามารถเลือกใช้ความเร็ว ในการรับ-ส่งได้ตามความต้องการและลักษณะการใช้งานตั้งแต่ความเร็ว 9.6 Kbps จนถึงความเร็ว 155 Mbps ตามมาตรฐานของ ITU โดยมีศูนย์ควบคุมการทำงานของโครงข่ายด้วยระบบคอมพิวเตอร์ NMS (Network Management System)

Leased Line Service มีความแตกต่าง ☐ ากับ Dial-up Service อย ☐ ่างไร

ธุรกิจที่ใช้บริการ Leased Line จะมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบถาวรผ่านทางสาย Leased Line ในขณะที่บริการแบบ Dial-up เป็นการเชื่อมต่อแบบชั่วคราวผ่านทางสายโทรศัพท์จึงทำให้ไม่จำเป็นต้องเสียเบอร์โทรศัพท์หลายหมายเลขเพื่อใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนี้บริการนี้ยังให้คุณสามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้ไม่จำกัดชั่วโมงการใช้งาน และใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่ต้องโทรเข้าที่ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตและไม่ต้องเสีย Extra Charges รายชั่วโมงอีกด้วย ตลอดจนสามารถสร้างและบริหารจัดการ Account ภายในองค์กรที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เองแบบไม่จำกัดจำนวนขึ้นอยู่กับความต้องการและความเหมาะสม ในขณะที่บริการแบบ Dial-up จะต้องใช้หมายเลขโทรศัพท์ 1 หมายเลขต่อการใช้งาน 1 account และมีจำนวน ชั่วโมงการใช้งานจำกัดในแต่ละเดือน

การใช้บริการ Leased Line มีความจำเป็นกับธุรกิจของคุณอย่างไร

ธุรกิจในปัจจุบันจำเป็นต้องมีความคล่องตัวในการรับส่งข้อมูลข่าวสารตลอดจนการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ทั้งจากภายใน ภายในองค์กร และทั่วโลกเพื่อให้สอดคล้องกับความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี สื่อสารหากธุรกิจของคุณเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตผ่าน Leased Line จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการ ติดต่อสื่อสารทั้งในและนอกองค์กรและเพิ่มความคล่องตัวในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตให้แก่องค์กรของคุณมากขึ้น

Leased Line Service ให้ประโยชน์อะไรกับธุรกิจของคุณบ้าง

1. มีความคล่องตัวในการบริหารงานในองค์กรโดยคุณสามารถเปิดโอกาสให้ทุกคนในองค์กรใช้ บริการอินเทอร์เน็ตได้และสามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง นอกหน้านั้นยังไม่ต้องเสียเวลา ในการโทรเข้าศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตทุกครั้งที่ต้องใช้บริการ

2. สามารถสร้าง Email Account ได้ไม่จำกัดจำนวนแก่พนักงานในองค์กร ทำให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

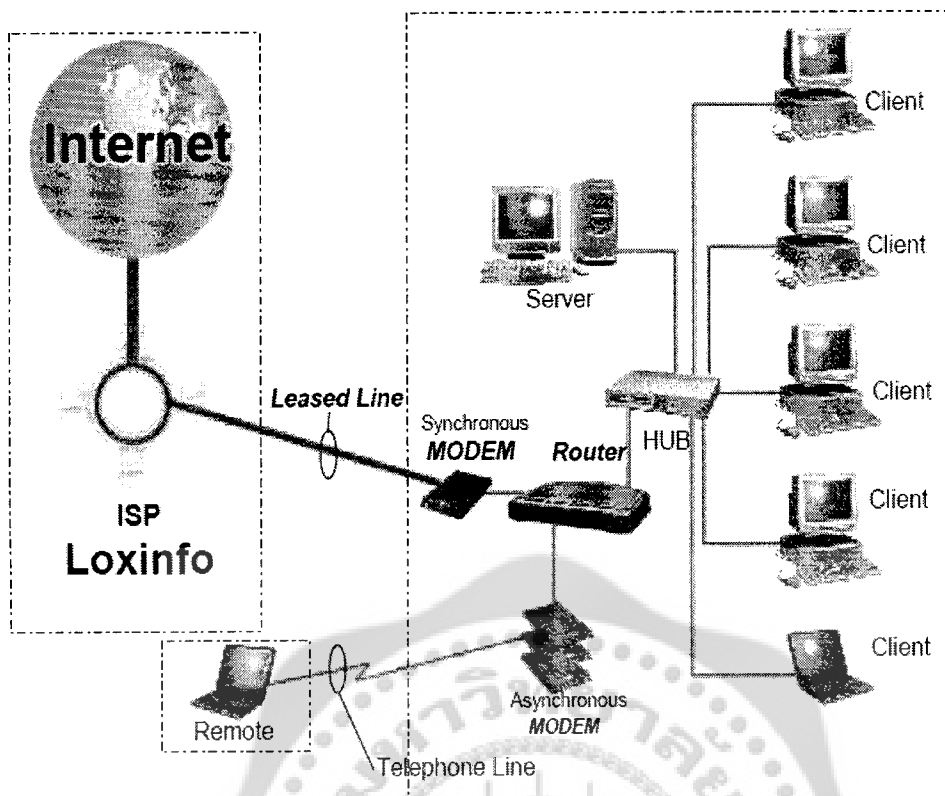
3. สามารถเก็บ Homepage ขององค์กรไว้ที่ Server ของตนเองได้ จึงไม่ต้องเสียค่าบริการในการฝาก Homepage ไว้กับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและยังช่วยให้ขึ้นคล่องตัวมากขึ้นในการเปลี่ยนแปลงข้อมูลบน Homepage

4. องค์กรไม่ต้องเสียเบอร์โทรศัพท์หลายหมายเลขเพื่อใช้ติดต่อเข้าเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เนื่องจากการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านสาย Leased Line

5. องค์กรจะสามารถกำหนดค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนได้ เนื่องจากเสียค่าบริการตามความเร็วที่เช่าสาย เป็นอัตราเท่ากันทุกเดือนและไม่ได้คิดค่าบริการตามจำนวนชั่วโมงใช้งานเปรียบเสมือนการเหมาจ่าย สำหรับใช้เป็นกลุ่ม แต่หากเป็นกรณีที่ต้องการให้พนักงานหลายคนใช้บริการแบบ Dial-up ต้องมีค่าใช้จ่ายทั้งทางด้านค่าโทรศัพท์ในการติดต่อศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต ค่าบริการรายเดือน และค่าบริการรายชั่วโมงที่ใช้เกินกำหนด (Extra Charges) ซึ่งยากที่จะควบคุมปริมาณชั่วโมงการใช้งานของพนักงานแต่ละคน

การเชื่อมต่อ Leased Line

การเชื่อมต่อ Internet ขององค์กรหรือบริษัทผ่านทางสาย Leased Line นั้น ทางบริษัทท่านจะต้องเตรียมในส่วนหนึ่งของระบบ Network หรือ LAN ที่ต้องการใช้งาน Internet พร้อมกับอุปกรณ์พื้นฐานคือ Router และ MODEM (Synchronous MODEM ใช้สำหรับการเชื่อมต่อระหว่างคู่สาย Leased Line กับ Router) ถ้าบริษัทท่านต้องการเปิดให้ใช้บริการ Remote Service (พนักงานในบริษัทสามารถใช้ Internet โดยการใช้ MODEM ผ่านสายโทรศัพท์มาจากภายนอก) ได้นั้นจะต้องมี Router ที่ Support Asynchronous Port และเตรียมMODEM พร้อมกับคู่สายโทรศัพท์ไว้บริการ นอกจากอุปกรณ์พื้นฐานดังกล่าวแล้ว ทางองค์กรจะต้องทำสัญญาเพื่อขอเช่า Leased Line โดยตรงกับผู้ให้บริการเช่าสาย ซึ่งได้แก่ องค์กรการโทรศัพท์ การสื่อสารแห่งประเทศไทย บริษัทเทเลคอมเอเชีย บริษัท TT&T บริษัท UCOM และบริษัท DataNet เพื่อเชื่อมระหว่าง Node ของ Loxinfo กับบริษัทของท่าน



ภาพประกอบ 2 การเชื่อมต่อ Lease Line

ระบบที่ต้องการ

1. ระบบ Network หรือ LAN
2. Router
3. MODEM Synchronous
4. คู่สาย Leased Line

ถ้าต้องการใช้ Remote Access Service -> Router จะต้องมี Asynchronous MODEM Ports และมีอุปกรณ์เพิ่มเติมดังนี้

1. MODEM Asynchronous (เท่ากับจำนวน Port ที่เปิดให้ให้บริการ)
2. สายโทรศัพท์ (เท่ากับจำนวน Port ที่เปิดให้ให้บริการ)

ประสิทธิภาพของ Leased Line

1. ใช้เทคโนโลยีโครงข่ายใยแก้วนำแสง ทำให้มั่นใจในการรับ-ส่งสัญญาณภาพ เสียง ข้อมูล ที่ถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ และปลอดภัย
2. ควบคุมการทำงานด้วยระบบคอมพิวเตอร์ NMS (Network Management Service) ทำให้ตรวจสอบแก้ไขเหตุขัดข้องให้ผู้ให้บริการได้ทั่วประเทศ

3. กรณีเกิดเหตุขัดข้อง สามารถเปลี่ยนการรับ-ส่งข้อมูลไปยังเส้นทางสำรองได้
อย่างรวดเร็ว ทำให้สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
4. สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ด้วย อัตราค่าบริการคงที่เท่ากันทุกเดือน

3. บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)

3.1 ภาพรวมบริษัท

บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด(มหาชน) หรือ ซีเอส ล็อกซอินโฟ (CS LoxInfo) เกิดจากการรวมกิจการของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) ระดับแนวหน้า 2 ราย คือ บริษัท ซี. เอส. คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด ภายใต้การให้บริการ CS Internet กับ บริษัท ล็อกซเลย์ อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด ภายใต้การให้บริการ LoxInfo โดยการรวมกิจการในครั้งนี้นับเป็น การเสริมความแข็งแกร่ง ในการให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างสมบูรณ์แบบ เพื่อให้ ซีเอส ล็อกซอินโฟ สามารถให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบครบวงจร ครอบคลุมทุกประเภทของการบริการ ไม่ว่าจะเป็นบริการแบบ Narrowband คือ การใช้งานแบบหมุนโทรศัพท์ (Dial-up) หรือ แบบ Broadband คือ บริการวงจรเช่าความเร็วสูง (Leased Line) Frame Relay , ISDN , ADSL , IPTV และ iSTAR

ซีเอส ล็อกซอินโฟ เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตรายใหญ่ที่สุดในประเทศ ที่พร้อมให้ บริการที่มีคุณภาพดีที่สุด เพื่อให้ลูกค้าทั้งรายบุคคลและองค์กร ทั่วประเทศไทยสามารถเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ตได้อย่างครบวงจร ด้วยบริการที่หลากหลาย จากการผสมผสานความแข็งแกร่ง และศักยภาพของเครือข่าย อันตรงประสิทธิภาพอีกทั้งระบบดาวเทียม และ เคเบิลใยแก้ว ซีเอส ล็อกซ อินโฟ ยังเพียบพร้อมด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านเทคนิค คอยให้คำแนะนำและ ดูแลระบบ อย่างใกล้ชิดตลอด 24 ชั่วโมง

ซีเอส ล็อกซอินโฟ ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต จึงได้วางเครือข่ายในการเชื่อมต่อทั่วประเทศครอบคลุม 76 จังหวัด ช่วยให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในทุกจังหวัดมีโอกาสใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้เท่าเทียมกับผู้ใช้งานในกรุงเทพฯ และยังประหยัดค่าใช้จ่ายของค่าโทรศัพท์ทางไกล

3.2 พันธกิจของบริษัท

นโยบายคุณภาพของ ซีเอส ล็อกซอินโฟ คือ “ การมุ่งผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพระดับผู้นำของประเทศ และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า”

วัตถุประสงค์หลักของซีเอสล็อกซอินโฟ

1. เพื่อให้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่สะดวกง่ายดาย
2. เพื่อให้บริการที่ดีเยี่ยมแก่ลูกค้า โดยการใช้เครื่องมือทันสมัยในทุกปฏิบัติการ

- 3. เพื่อพัฒนาบริการเสริมที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบวงจร
- 4. เพื่อมุ่งสู่การร่วมเป็นหุ้นส่วนเชิงกลยุทธ์กับธุรกิจอื่นๆที่จะช่วยให้สามารถบรรลุพันธกิจได้

3.3 การบริการลูกค้า

ทีมบริการที่ใหญ่ที่สุดที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมให้ การช่วยเหลือลูกค้าทุกท่านตลอด 24 ชั่วโมง 7 วันต่อสัปดาห์ ซีเอสลોકซอินโฟพริงพร้อมด้วยพนักงานบริการลูกค้ากว่า 50 คน วิศวกร กว่า 120 คน และ ช่างเทคนิคอีกกว่า30 คน

3.4 การให้คำปรึกษา

ทีมให้คำปรึกษาด้านระบบงานและเทคนิค พร้อมให้คำแนะนำออกแบบ โครงสร้างเครือข่ายระบบความปลอดภัย, การจัดการระบบ E-Mail , การออกแบบและดูแล Website และบริการเสริมต่าง ๆ แบบเบ็ดเสร็จ ซีเอสลોકซอินโฟได้จัดทีมงานที่มีความรู้เฉพาะทาง (Expertise) และมีประสบการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการบริหารเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และคุ้มค่า

3.5 เครือข่าย

ซีเอสลોકซอินโฟได้ลงทุนสร้างเครือข่ายทั่วประเทศด้วยอุปกรณ์คุณภาพสูงสุดเช่น Cisco 7500 Series, Cisco Switching ซีเอสลોકซอินโฟ จัดวางระบบศูนย์ปฏิบัติการเครือข่ายหลัก 2 แห่ง ด้วยการสร้างลิงค์เชื่อมโยงกันขึ้นหลายลิงค์และใช้สื่อที่สนับสนุนการกู้ข้อมูลที่เสียหาย แต่ละศูนย์มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ไขว้สายในเครือข่ายที่มีความสามารถในการสร้างสมดุลการไหลและการแก้ความผิด-พลาดโดยอัตโนมัติ เพื่อรับประกันความพร้อมในการให้บริการถึง 99.9% ของเวลาทั้งหมด เครือข่ายของซีเอสลોકซอินโฟครอบคลุมทั่วประเทศ และมีคู่สายโทรศัพท์กว่า 20,000 คู่สายทั่วประเทศ ทำให้ลูกค้าสามารถเชื่อมต่อเข้าอินเทอร์เน็ตโดยเสียค่าโทรศัพท์ในอัตราการใช้โทรในพื้นที่

3.6 สินค้าและบริการ

สินค้าของซีเอสลોકซอินโฟเกี่ยวข้อง และสัมพันธ์กับการใช้อินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต ที่ทันสมัยและตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในลักษณะองค์กร

3.6.1 บริการการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสำหรับองค์กร (Corporate User)

(1) **บริการ Web 1, Web 2, Web 100** เป็นบริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสำหรับธุรกิจขนาดเล็กถึงขนาดกลางมีบริการ E-mail @csloxinfo.com โดยมีพื้นที่ 100 MB ต่อ Mailbox โดยบริการ web 100 สามารถมี email ได้ 3 mailboxes

(2) **My SME Monthly** เป็นบริการสำหรับองค์กรที่ต้องการชั่วโมงอินเทอร์เน็ตและ E-mail Address ให้แก่พนักงานแต่ละราย หรือแต่ละสาขาโดยองค์กรสามารถ มี Domain Name เป็นของตนเอง และพนักงานของบริษัทสามารถมี E-mail Address เป็น @yourcompany.co.th หรือ @yourcompanyname.com ด้วยบริการ WebPro ผู้ใช้บริการแต่ละรายจะมีจำนวนชั่วโมงเพื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเป็นของตนเองและผู้ที่ต้องเดินทางไปในสถานที่ต่างๆ สามารถเชื่อมต่อเข้าอินเทอร์เน็ตได้ทั้ง 76 จังหวัดทั่วประเทศ โดยไม่ต้องเสียค่าโทรศัพท์ทางไกล

(3) **บริการอินเทอร์เน็ตผ่านคู่สายเช่า (Leased line Service)** บริการนี้ได้รับการออกแบบมาเพื่อการใช้งานในองค์กรที่มีเครือข่ายภายใน (LAN) และมี Internet Application ที่จำเป็นต้องต่อเข้าอินเทอร์เน็ตไว้ตลอดเวลา การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตประเภทนี้ทำให้ทุกฐานปฏิบัติงานภายในองค์กรสามารถเชื่อมต่อเข้าอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง โดยไม่ต้องโทรเข้าศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต ซีเอสล็อกซอินโฟให้บริการผ่านคู่สายเช่าที่ความเร็ว 64 Kbps ขึ้นไป นอกจากนี้ ซีเอสล็อกซอินโฟยังจัดให้มีบริการ Firewall ซึ่งเป็นโปรแกรมเพื่อป้องกันการบุกรุกเข้าไปยังระบบเครือข่ายขององค์กร โดยสามารถเลือกที่จะมี Firewall เป็นของตนเอง หรือเลือกใช้ Firewall กลางที่ซีเอสล็อกซอินโฟจัดไว้ได้ตามต้องการ

(4) **บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านดาวเทียม (IPSTAR)** จุดเด่นของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านดาวเทียม คือ สามารถให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ได้กว้างขวางทั่วประเทศไทย ปราศจากข้อจำกัดใดๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสภาพภูมิประเทศ หรือปัญหาโครงข่ายโทรคมนาคมเข้าไม่ถึง นอกจากนี้ชุดอุปกรณ์ของไอพีสตาร์ ยังมีขนาดกระทัดรัด ราคาประหยัด สามารถติดตั้งได้รวดเร็ว สะดวกในการใช้งาน อีกทั้งยังมีรูปแบบบริการอันหลากหลายให้เลือกได้ตามความต้องการใช้งาน ไอพีสตาร์ได้รับการออกแบบให้มีระบบรับ-ส่งสัญญาณความเร็วสูงที่มีสมรรถภาพและเสถียรภาพเป็นเลิศ พร้อมระบบบริหารช่องสัญญาณอันทรงประสิทธิภาพ จึงทำให้สามารถนำบริการไอพีสตาร์ มาประยุกต์ใช้งานควบคู่กับการประยุกต์ใช้งานต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย อาทิ เช่น การรับ-ส่งข้อมูลขนาดใหญ่ , การประชุมทางไกลด้วยภาพผ่านทางอินเทอร์เน็ต , การประยุกต์ใช้งานด้านเสียง (Voice Service) , การแพร่สัญญาณภาพและเสียงสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (Broadcasting) , การสร้างเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายภายในอาคารสำนักงานหรืออาคารที่พักอาศัย ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก และต้องการใช้ช่องสัญญาณ

ขนาดใหญ่, องค์กรขนาดกลางที่มีการใช้งานในระดับปกติ หรือองค์กรขนาดเล็ก (SME) ที่ต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเฉพาะในบางช่วงเวลา

(5) **Virtual Private Network (VPN) และ Virtual Private Dial-up Network (VPDN)** ซีเอสล็อกซอินโฟเสนอทางเลือกที่ปลอดภัยและประหยัดในการเชื่อมต่อแบบอินทราเน็ตโดยใช้เครือข่ายของซีเอสล็อกซอินโฟที่ครอบคลุมทั่วประเทศแก่องค์กรขนาดใหญ่ที่มีสำนักงานใหญ่และมีสำนักงานสาขา หรือผู้จัดจำหน่ายในจังหวัดต่าง ๆ ให้เข้าถึงข้อมูลซึ่งกันและกันโดยไม่ต้องสร้างเครือข่ายภายในของตนเองแต่ก็ได้ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลด้วย

3.6.2 ศูนย์บริการข้อมูลอินเทอร์เน็ต (INTERNET DATA CENTER) และบริการฝากเว็บไซต์

(1) ศูนย์บริการข้อมูลอินเทอร์เน็ต (INTERNET DATA CENTER)

ศูนย์บริการพร้อมให้บริการรับฝากเครื่องเซิร์ฟเวอร์ และอุปกรณ์ รวมถึงเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยมีเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญดูแลตลอด 24 ชั่วโมง ด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย อาทิเช่น ระบบตรวจสอบ BMC, ระบบสำรองข้อมูล, ระบบป้องกันไฟ เป็นต้น

3.6.3 บริการระบบรักษาความปลอดภัยบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และบริการ Outsourcing Service

อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายสาธารณะของโลกที่ทุกคนสามารถที่เข้าถึงกันได้ และเป็นช่องทางการสื่อสารที่จำเป็น สิ่งสำคัญที่จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตคือ “**ระบบรักษาความปลอดภัย**” ซึ่งทำหน้าที่ป้องกันผู้ประสงค์ร้ายที่เข้ามาสู่ระบบขององค์กรของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ซีเอสล็อกซอินโฟให้บริการระบบรักษาความปลอดภัยที่มีศูนย์ปฏิบัติการพร้อมทั้งเครื่องมือในการรักษาความปลอดภัย โดยจัดทำโครงสร้างพื้นฐาน **Secured Network** เป็นแนวป้องกันกรองความเสี่ยง และภัยคุกคามทั้งก่อนไปถึงระบบและองค์กร ซึ่งมีความปลอดภัยสูงโดยผู้ให้บริการไม่ต้องลงทุนเพิ่มในส่วนของ Hardware, Software, Tools ตลอดจนมีผู้เชี่ยวชาญในการบำรุงรักษาระบบ โดยทั้งหมดได้ถูกจัดไว้ที่ศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัย บริการหลักประกอบด้วย

(1) **Manage Firewall Network Protection** เป็นการป้องกันขั้นพื้นฐานของระบบเครือข่าย โดยใช้เครื่องมือที่สำคัญคือ **Firewall** เสมือนเป็นด่านหน้าที่คอยป้องกันและทำหน้าที่ควบคุมการเข้าถึงข้อมูลผู้ใช้งานเป็นผู้ระบุว่าบุคคลใดสามารถเข้าใช้งานทรัพยากรส่วนใดของระบบ รวมทั้งการป้องกันปัญหา Hacker, Worms, Trojan Horse ไม่ให้สแกนหาข้อมูลภายใน เครือข่ายของผู้ใช้บริการ โดยไม่ได้รับอนุญาต

(2) **Anti-Virus Mail Gateway** เป็นบริการทำหน้าที่ดูแลตรวจสอบ ป้องกัน และกำจัดไวรัสต่างๆ ที่อาจจะติดมากับ Email ซึ่งอาจทำความเสียหายขึ้นได้ โดยบริการนี้จะคอยตรวจจับไวรัสไม่ให้ผ่านเข้าสู่ระบบ

(3) **Anti-Spam Mail Gateway** เป็นบริการทำหน้าที่ดูแลตรวจสอบ ป้องกัน และ กำจัด Spam ต่างๆ ที่อาจจะส่งเข้ามาสู่ Email ซึ่งอาจทำความเสียหายขึ้นได้ โดยบริการนี้จะคอยป้องกัน Spam ไม่ให้ผ่านเข้าสู่ระบบ

(4) **Managed Anti-Virus** เป็นบริการที่ทางบริการมี software ไปติดตั้งในเครื่อง client ของลูกค้าที่ใช้บริการ โดยจะทำหน้าที่ตรวจจับและป้องกันไวรัส ที่จะเข้ามาสู่เครื่อง client โดย Software ทำงานแบบ client – Server ซึ่งทาง CSLOX เป็นผู้ดูแลระบบทั้งหมด

(5) **Managed Filtering** เป็นบริการ สำหรับป้องกันการใช้งานภายในองค์กร ของ ท่านซึ่งไม่ต้องการให้ user เข้าไปใช้งานหรือเปิด web site ไม่พึงประสงค์ เช่น เวบสื่อลามก เวบการพนัน เวบแสดงภาพหรือเรื่องราวความรุนแรง หรือ เวบสมัครงาน

(6) **Vulnerability Scanning** คือการใช้เครื่องมือพิเศษ ตรวจสอบหาข้อบกพร่อง ทางด้านความปลอดภัยที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่มีอยู่ในเครื่อง Server พร้อมทั้งรายงานให้ผู้ดูแลทราบเพื่อดำเนินการแก้ไขต่อไป เปรียบเสมือนการเจาะระบบของตนเองก่อนที่จะถูก Hacker เจาะเข้าระบบจริง ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้ผู้ให้บริการมั่นใจได้ว่าระบบจะไม่สามารถถูกคุกคามได้

3.6.4 บริการระบบ VOIP

(1) **CS Voice link** เป็นบริการ Voice over IP (VOIP) สำหรับการ ใช้ internet ในการติดต่อสื่อสารด้วยเสียง ผ่านอุปกรณ์ ATA เชื่อมต่อกับระบบโทรศัพท์ สำหรับติดต่อกันเป็นหมายเลข ติดต่อกภายในองค์กร เดียวกันที่มีหลายๆ สาขา

(2) **CS Voice** เป็นบริการ Voice over IP (VOIP) สำหรับการ ใช้ internet ในการติดต่อสื่อสารด้วยเสียง ผ่านอุปกรณ์ ATA เชื่อมต่อกับระบบโทรศัพท์ ไปยังระบบโทรศัพท์พื้นฐานหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในต่างประเทศ โดยทาง CSLOX มี rate ค่าบริการในแต่ละพื้นที่แตกต่างกัน

(3) **CS Net Plus** เป็นบริการ Voice over IP (VOIP) สำหรับการ ใช้ internet ในการติดต่อสื่อสารด้วยเสียง ผ่านอุปกรณ์ ATA เชื่อมต่อกับระบบโทรศัพท์ ไปยังระบบโทรศัพท์พื้นฐานหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายในประเทศ โดยทาง CSLOX มี rate ค่าบริการโทรทางไกลและโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประมาณ 1.5 บาท และ โทรเข้าโทรศัพท์พื้นฐาน (02) ครั้งละ 5 บาท

3.6.5 บริการระบบส่ง SMS

(1) **iSMS** เป็นบริการ Portal SMS โดยสามารถส่ง SMS เข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย ภายในประเทศ ในลักษณะการส่งแบบ 1 เครื่อง ถึง 100 เครื่อง ในการส่งครั้งเดียว ซึ่งเหมาะสำหรับการทำการสื่อสารภายในองค์กร หรือ กลับกลุ่มลูกค้าขององค์กร ที่ต้องการส่งข่าวสาร ในครั้งเดียวเป็นจำนวนมาก ๆ

3.6.6 บริการ iStation (Magic Box)

(1) **iStation** คือบริการอุปกรณ์ที่สามารถทำหน้าที่ได้หลากหลาย Function ได้แก่ Mail Server, Web Server, Firewall และ Proxy Server ซึ่งเหมาะกลับองค์กรที่ต้องการมีอุปกรณ์เหล่านี้เป็นของตนเอง แต่ไม่มีเจ้าหน้าที่ IT ที่เชี่ยวชาญของบริษัท เพราะอุปกรณ์ตัวนี้มี software ภายในที่พัฒนาโดย CSLOXINFO ที่ user สามารถใช้งานได้โดยไม่จำเป็นต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ โดยมีการลักษณะการใช้งานเป็นแบบ GUI และทาง CSLOX ยังเป็นผู้ดูแลการให้คำแนะนำในการใช้งาน รวมถึงการ MA ตลอดสัญญาการใช้บริการอีกด้วย

3.6.7 บริการฝึกอบรมเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

ซีเอสล็อกซอินโฟเสนอการฝึกอบรมให้แก่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้บริหาร นักพัฒนา โฮมเพจและผู้บริหารระบบ โดยจัดหลักสูตรที่หลากหลาย และเหมาะสมแก่ผู้เข้ารับการอบรมที่มีพื้นฐานความรู้ที่แตกต่างกัน เริ่มตั้งแต่พื้นฐานการใช้คอมพิวเตอร์จนถึงการออกแบบดูแลเครือข่าย ศูนย์ฝึกอบรมอันทันสมัยของซีเอสล็อกซอินโฟ ตั้งอยู่ที่ อาคารเพรสซิเด็นท์ทาวเวอร์ ชั้น 10 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

สำหรับลูกค้าองค์กร ซีเอสล็อกซอินโฟ ได้จัดให้มีการฝึกอบรมในระดับผู้ปฏิบัติการ ในหัวข้อต่าง ๆ เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ และกรณีศึกษา เพื่อได้นำไปพัฒนาและวางแผนงานทางด้านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตขององค์กร เป็นประจำทุกๆ 3 เดือน ลูกค้าองค์กรที่สนใจ สามารถลงทะเบียนเข้ารับการอบรม โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด หนึ่งเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้รับการฝึกอบรม บริษัทฯ มีความจำเป็นต้องจำกัดที่นั่งในแต่ละครั้ง

3.7. เครือข่ายของ ซีเอส ล็อกซอินโฟ (CSLoxinfo's Network)

3.7.1 International Public Peering

ซีเอส ล็อกซอินโฟ มีวงจรเช่าระหว่างประเทศในระดับความเร็ว 1550 Mbps. ซึ่งเชื่อมต่อเข้ากับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศต่อไปนี้

- (1) **Singapore Telecom (SingTel)** ในระดับความเร็ว 620 Mbps. แบบ Full Duplex โดยผ่านโครงข่าย เคเบิลใยแก้วนำแสงใต้น้ำ (Fiber Optic) เส้นทาง SEA-ME-WE-3 ออกสู่ต่างประเทศ
- (2) **Verizon** ในระดับความเร็ว 155 Mbps. แบบ Full Duplex โดยผ่านโครงข่าย เคเบิลใยแก้วนำแสงใต้น้ำ (Fiber Optic) ออกสู่ต่างประเทศ
- (3) **VSNL** ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ Gateway ออกต่างประเทศ รายใหม่ ในระดับความเร็ว 155 Mbps. แบบ Full Duplex โดยผ่านโครงข่าย เคเบิลใยแก้วนำแสงใต้น้ำไปยังต่างประเทศ
- (4) **Asia Net Com (ANC)** ในระดับความเร็ว 310 Mbps. แบบ Full Duplex โดยผ่านโครงข่าย เคเบิลใยแก้วนำแสงใต้น้ำ (Fiber Optic) ออกสู่ต่างประเทศ

(5) PCCW ในระดับความเร็ว 310 Mbps. แบบ Full Duplex โดยผ่านโครงข่ายเคเบิลในแก้ว ตรงไปยังต่างประเทศ

(6) IT SPARKLE ในระดับความเร็ว 50 Mbps. แบบ Full Duplex โดยผ่านโครงข่าย เคเบิลในแก้ว ตรงไปยังต่างประเทศ

วงจรทั้งหมดนี้ใช้นโยบาย BGP Routing เพื่อให้เกิด การสมดุลของความเร็วข้อมูล

3.7.2 Domestic Public Peering

ซีเอส ล็อกซอินโฟมีวงจรเข้าความเร็ว 37 Gbps. (1 Gbps. จำนวน 10 เส้น) เชื่อมต่อไปยัง ศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลอินเทอร์เน็ต (Nation Internet Exchange : NIX)

3.7.3 เครือข่ายภูมิภาค

ซีเอส ล็อกซอินโฟได้จัดให้มีโครงข่ายอินเทอร์เน็ตของตนเองเชื่อมต่อไปยัง ทุกจังหวัดของประเทศไทย โดยเลือกใช้วงจรที่มีคุณภาพจากหลายผู้ให้บริการอาทิเช่น กสท.,ทศท.,True,TT&T,UIH, ADC เป็นต้น

ในปัจจุบันมีวงจรทั่วประเทศในระดับความเร็ว 200 Mbps และในจังหวัดหลัก ซีเอส ล็อกซอินโฟได้พยายามจัดให้เป็นรูปแบบ Redundant Network (N+1) อาทิเช่น

- ภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่, พิชญโลก, ลำปาง
- ภาคใต้ เช่น ภูเก็ต , สุราษฎร์, หาดใหญ่, ยะลา
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น ขอนแก่น, นครราชสีมา, อุตรธานี, สกลนคร,

อุบลราชธานี

- ภาคตะวันออก เช่น ระยอง, ชลบุรี
- ภาคกลาง เช่น สระบุรี, ประจวบคีรีขันธ์, ลพบุรี , อยุธยา, นครสวรรค์, สมุทรสาคร

3.7.4 หมายเลขโทรศัพท์ที่พร้อมให้บริการทั่วประเทศ

มีหมายเลขโทรศัพท์ที่พร้อมให้บริการทั่วประเทศมากกว่า 20,000 เลขหมาย และ ยังให้บริการผ่าน เลขหมาย1222 และ 1248 ของบริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด อีกด้วย

3.7.5 การจัดการขีดความสามารถ

ซีเอส ล็อกซอินโฟ ได้ดำเนินการใช้ซอฟต์แวร์ในการออกแบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โปรแกรมการดำเนินงานและการแก้ปัญหาจาก Watch Up Gold , Cisco Work 2000 ซอร์ฟแวร์นี้ช่วยให้บริษัทฯ สามารถวางแผนสำหรับความต้องการเครือข่ายระยะสั้นและระยะยาว มีโปรแกรม MRTG เพื่อควบคุมความเร็วของเครือข่าย และ การใช้วงจรเช่า โดยซีเอสล็อกซอินโฟมีนโยบายขยายความเร็วเมื่อปริมาณการใช้งานถึงร้อยละ 70-80

3.7.6 อุปกรณ์ของเครือข่าย

ซีเอส ล็อกซอินโฟ ใช้ ฮาร์ดแวร์ที่ดีที่สุด ที่มีในตลาดซึ่งจะรับประกันประสิทธิภาพการทำงานของระบบอันได้แก่

7.6.1 อุปกรณ์ควบคุมเส้นทาง: Cisco 7500 Series

7.6.2 สวิตช์ของ Ethernet: Cisco Switching.

7.6.3 เครื่องเซิร์ฟเวอร์ : HP, Compaq , SUNSOLARIS , DELL

3.7.7 ระบบความปลอดภัยของเครือข่าย

ซีเอส ล็อกซอินโฟ ได้จัดให้มีมาตรฐานในการบริการความปลอดภัยแก่ลูกค้าด้วยโปรแกรมรักษาความปลอดภัย Check Point FireWall-1 พร้อมทีมงาน Special List ดูแลและเรียนรู้วิทยาการใหม่ๆ ตลอดเวลา

3.7.8 การควบคุมเครือข่ายและระบบ

ซีเอส ล็อกซอินโฟ มีทีมวิศวกร ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ ดูแลการปฏิบัติงานของเครือข่ายและศูนย์ข้อมูลตลอด 24 ชั่วโมงต่อวัน 365 วันต่อปี สร้างความมั่นใจว่า ระบบของซีเอส ล็อกซอินโฟจะสามารถทำงานได้ดีมีประสิทธิภาพสูงสุดเสมอ

3.7.9 ระบบการควบคุมเครือข่ายใช้โปรแกรมต่างๆ เช่น

- (1) โปรแกรมการควบคุม URL และบริการต่างๆของเครื่องเซิร์ฟเวอร์
- (2) โปรแกรม HP Open View: เพื่อจัดการเครือข่าย
- (3) โปรแกรม Cisco Work 2000 : เพื่อช่วยควบคุมการใช้งานวงจรเช่า
- (4) โปรแกรม Watch Up Gold ช่วยควบคุมตู้สายและเครือข่าย

3.8 การบริการหลังการขาย

ซีเอส ล็อกซอินโฟ มีทีมบริการด้านเทคนิค และบริการลูกค้าที่ใหญ่ที่สุดเพื่อให้บริการกับลูกค้าทุกระดับ อันประกอบด้วย

3.8.1 ทีมบริการลูกค้า (Customer Call Center) (Hotline 02-263-8222, support@csloxinfo.com)

เจ้าหน้าที่กว่า 50 คน พร้อมให้ความช่วยเหลือและตอบทุกคำถาม รวมทั้งบริการการต่ออายุและซื้อบริการเพิ่ม ตลอด 24 ชั่วโมง

3.8.2 ทีมบริการด้านเทคนิค (Technical Support)

ประกอบด้วยวิศวกร และเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถทางเทคนิค เพื่อให้คำปรึกษาช่วยในการติดตั้ง และแก้ปัญหาทางเทคนิคทุกประการ บริการนี้จัดให้ตลอด 24 ชั่วโมงโดยไม่มีวันหยุด

3.8.3 ทีมบริการลูกค้าประเภทองค์กร (Corporate Service Center) (Hotline 02-263-7117, service@csloxinfo.com)

ทีมบริการลูกค้าประเภทองค์กรนี้ จะเป็นด่านแรก ของการติดต่อกับซีเอสล็อกซอินโฟ เมื่อเกิดปัญหาขึ้น ทุกปัญหาจะถูกบันทึกไว้ในระบบ Trouble Ticket ที่จะแจ้งให้วิศวกรดำเนินการแก้ไขทันที และยังคงตรวจสอบว่า ปัญหานั้นได้รับการแก้ไข เรียบร้อยภายในเวลาอันรวดเร็วหรือไม่ บริการนี้จัดให้ตลอด 24 ชั่วโมง

3.8.4 วิศวกรบริการเครือข่าย (CSNE)

ทีมวิศวกรนี้รับผิดชอบ การ Set Up ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต การติดตั้งโปรแกรมการให้คำแนะนำ การแก้ปัญหาและบริการซ่อมทางไกล ให้แก่ลูกค้าองค์กร

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ และลักษณะทางกายภาพถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยา โดยสภาพจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัวและครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม รวมถึงสังคมถูกกำหนดด้วยวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ดังนั้นเมื่อทราบถึงสิ่งเหล่านี้ นักการตลาดจึงต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ และด้วยสาเหตุดังกล่าว นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และพฤติกรรมการใช้ นั่นคือพฤติกรรมผู้บริโภคนั่นเอง เนื่องจากผู้บริโภคทุกคนเป็นสิ่งมีชีวิต (Organic) ร่างกายของมนุษย์มีลักษณะเป็นฟลิกส์ ชีววิทยา และเคมี การที่มีร่างกายสูง เตี้ย ผอม อ้วน เป็นลักษณะทางฟลิกส์ การที่ร่างกายมีเลือดเนื้อ ก็เป็นลักษณะทางชีววิทยา ขณะเดียวกันเรามีต่อมน้ำลาย ต่อมน้ำตา เหล่านี้คือเคมี ซึ่งรวมแล้วเรียกว่ามนุษย์เป็นอินทรีย์ มีการเกิด แก่ เจ็บ ตาย ดังนั้นจึงมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา. 2542: 32-36)

4.1 ลักษณะทางสรีระ (Physiological Condition) สรีระเป็นปัจจัยเบื้องต้นในการกำหนดพฤติกรรมซื้อและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค เช่น การที่ผู้บริโภคสวมแว่นตาก็เกิดจากสรีระคือ สายตาสั้น หรือสายตายาว การที่ต้องการไปสูดอากาศก็เกิดจากสรีระ หรือการที่กระหายน้ำต้องหาน้ำมาดื่มเนื่องจากคอแห้ง ก็เป็นสาเหตุทางสรีระ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยเบื้องต้นที่จะต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคให้เข้าใจก่อน

4.2 สภาพทางจิตวิทยา (Psychological Condition) เป็นลักษณะของความต้องการที่เกิดจากสภาพจิตใจซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ สภาพจิตใจจะแตกต่างจากสภาพร่างกาย เช่น บางคนรับประทานอาหารตามบาปวิถีได้แต่บางคนต้องรับประทานอาหารในร้านดิคแอร์หรือร้านในโรงแรม หรืออย่างเช่น การสวมแว่นสายตา บางคนสวมเพื่อให้อ่านหนังสือได้เท่านั้น แต่บางคนต้องการความสวยงามด้วย ดังนั้น กรอบแว่นก็จะมีราคาแตกต่างกันไป ซึ่งเป็นสภาพทางจิตวิทยาของ

มนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน เช่น บางคนเป็นคนประหยัดมัธยัสถ์ บางคนเป็นคนฟุ่มเฟือย ซึ่งสภาพทางจิตวิทยาเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์สำคัญกว่าสรีระ เพราะสรีระเป็นพื้นฐาน เช่น ความหิวเป็นพื้นฐานแต่จะรับประทานอาหารอะไรที่ไหนจะเริ่มไม่เป็นพื้นฐานแล้ว ถือว่าเป็นสภาพทางจิตวิทยา หรือจะต้องแต่งตัวไปงานเลี้ยงจะต้องมีเสื้อผ้าปกปิดร่างกายซึ่งเป็นพื้นฐาน แต่การที่จะแต่งตัวแบบไหน แบบเรียบแบบหรูหราจะมีเรื่องของสภาพจิตวิทยาเข้ามาเกี่ยวข้อง

4.3 ครอบครัว (Family) เป็นกลุ่มสังคมเบื้องต้นที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่ ครอบครัวเป็นแหล่งอบรมและสร้างประสบการณ์ของบุคคล ถ่ายทอดนิสัย และค่านิยมลักษณะของครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคและพฤติกรรมอื่น ๆ ครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ซึ่งก็คือกระบวนการสำหรับขัดเกลาคนให้เข้าสู่สังคม ซึ่งจะมีหน่วยที่จะเข้ากระบวนการนี้หลายหน่วย เช่น ครอบครัว โรงเรียน วัด สถาบันการเมือง สถาบันสื่อสารมวลชน เป็นต้น ขณะที่ผู้บริโภคแต่ละคนเจริญเติบโตมานั้น ก็มีการรับการอบรมสั่งสอนมาจากครอบครัว เช่น บางคนถูกสอนให้ไหว้พระก่อนนอน บางคนถูกสอนให้ดื่มนมก่อนนอน บางคนได้รับการสอนให้ประหยัดอดออม บางคนได้รับการสอนให้ฟุ่มเฟือย เพราะพ่อแม่ทำให้ดู ลักษณะต่าง ๆ ด้านครอบครัวที่จะต้องพิจารณา เช่น บทบาทในกระบวนการตัดสินใจซื้อของครอบครัว วัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle)

4.4 วัฒนธรรม (Culture) ไม่ว่าเราจะอยู่ชนชั้นใดในสังคมก็ตามจะต้องมีวัฒนธรรมเป็นตัวกรอบจำวัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตที่คนในสังคมยอมรับ ประพฤติปฏิบัติตามเพื่อความงอกงามของสังคม คำว่า วัฒนธรรม แปลว่า งอกงาม ธรรม แปลว่า สิ่งที่ดีงาม ดังนั้น วัฒนธรรมก็แปลว่า สิ่งดีสิ่งงามที่คนในสังคมยอมรับที่จะประพฤติดูปฏิบัติร่วมกัน เพื่อให้สังคมนั้นดำเนินไปได้ด้วยดี วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man Made Product) ไม่ใช่เป็นสิ่งที่พระเจ้าสร้าง (God Made Product) สิ่งที่พระเจ้าสร้างกับสิ่งที่มนุษย์สร้างนั้นแตกต่างกันตรงที่สิ่งที่พระเจ้าสร้างเป็นกฎเกณฑ์ทางธรรมชาติที่เปลี่ยนแปลงไม่ได้ เช่น พระอาทิตย์ขึ้นทางทิศตะวันออก ตกทางทิศตะวันตก ของย่อมตกลงสู่พื้น ส่วนวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น คนไทยเมื่อพบกันก็ทักทายกัน ด้วยการไหว้ ส่วนชาวต่างประเทศทักทายกันด้วยการจับมือ ซึ่งถ้าวันใดวันหนึ่งคนไทยทักทายกันด้วยโดยการจับมือก็ได้เช่นกัน เพราะนี่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น หรือในอดีตคนไทยรับประทานอาหารด้วยมือเมื่อรับวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาก็รับประทานอาหารด้วยช้อนส้อม ในขณะที่ประเทศจีน ญี่ปุ่น ใช้ตะเกียบ อย่างนี้เป็นต้น เสื้อผ้าที่ใส่กันในปัจจุบันก็ได้รับวัฒนธรรมจากต่างชาติทั้งสิ้น วัฒนธรรมเรื่องเสื้อผ้าก็เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man Made Product) จึงกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งที่ถาวร วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีชีวิต สามารถเปลี่ยนแปลงได้แต่อาจจะใช้เวลานานเนื่องจากการยอมรับของสังคมที่กว้างขวาง เป็นเป็นสิ่งที่ยอมรับกันมานาน ประพฤติปฏิบัติตามกันเรื่อย ๆ มา พยายามเข้าใจเรื่องของวัฒนธรรมในสังคม ซึ่งเป็นที่มาของรูปแบบการดำรงชีวิตเปลี่ยนแปลงได้ยาก นักการ

ตลาดต้องพยามยามเข้าใจเรื่องวัฒนธรรมในสังคม ซึ่งเป็นที่มาของรูปแบบการดำรงชีวิตและค่านิยม (Value and Lifestyle) ถ้ามีความเข้าใจวัฒนธรรมมากเท่าใด ยิ่งความเข้าใจค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิตของคนมากขึ้นเท่านั้น

นอกจากนั้นพฤติกรรมของผู้ซื้อยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม อันจะทำให้การวางแผนการตลาดเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์

1.3 ชั้นทางสังคม เป็นการแบ่งชั้นของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยใช้เกณฑ์รายได้ ฐานะ ทรัพย์สิน ตระกูล อาชีพหรือตำแหน่งหน้าที่ ซึ่งการแบ่งชั้นสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค อันจะมีผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ รวมทั้งส่วนประสมการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละชั้นสังคมได้ถูกต้อง

2. ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านค่านิยม การเลือกพฤติกรรม และการดำรงชีวิต รวมทั้งทัศนคติ และแนวความคิดของบุคคล เนื่องจากต้องการการยอมรับของกลุ่มลักษณะทางสังคมประกอบ

2.1 กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

2.1.1 กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

2.1.2 กลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม

2.2 ครอบครัว บุคคลในครอบครัวถือว่าเป็นอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว

2.3 บทบาทและสถานะ บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์การ และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ประกอบด้วย

3.1 อายุ อายุที่แตกต่างกัน ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการ ทักษะ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมซื้อที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการและเกี่ยวข้องกับอำนาจในการซื้อและทักษะเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

3.5 การศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า และรูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยม หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องหนึ่ง คุณค่า หมายถึง อัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต หมายถึง รูปแบบการดำรงชีวิตใน โลกมนุษย์แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม ความสนใจ หรือความคิดเห็น

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติกรจูงใจเกิดภายในตัวบุคคลแต่อาจถูกกระทบจากปัจจัยทางวัฒนธรรม

4.2 การรับรู้ เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ การรับรู้เป็นกระบวนการแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับ ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ อารมณ์และสิ่งกระตุ้น โดยจะพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรองการรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้ยิน ได้รสชาต ได้กลิ่น และได้รู้สึกร

4.3 การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและจะเกิดการตอบสนอง การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทักษะ ความเชื่อ และประสบการณ์ในอดีต

4.4 ความน่าเชื่อถือ เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทศนคติ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล หรือความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทศนคติเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะเดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทศนคติ ทศนคติเกิดจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีต และความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน บุคคลชั้นนำในสังคม เป็นต้น

4.6 บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิมและสอดคล้องกัน

4.7 แนวคิดของตนเอง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือ ความคิด ที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่น (สังคม) มีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

5. ส่วนประสมทางการตลาด

สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 67-73) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกัน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย หรือ การตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การจัดจำหน่าย (Place) บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) ซึ่งเราเรียกรวมว่า 7P's คือ ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ กำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ หรือความแตกต่างด้านการแข่งขัน

1.2 พิจารณาองค์ประกอบ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่าง ลักษณะคุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และสายผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้านักบริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่า ลูกค้าเขาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้านั้นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องการแข่งขัน ปัจจัยอื่นๆ

3. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

3.1 การโฆษณา (Advertising) หมายถึง กิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องการจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์รายการกลยุทธ์ การโฆษณา จะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสร้างงานโฆษณาและยุทธวิธีการโฆษณาและกลยุทธ์สื่อ

3.2 การขายโดยใช้พนักงาน เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคลงานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงาน

3.3 การส่งเสริมการขาย (Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน และการให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบคือการกระตุ้นผู้บริโภค หรือเรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค การกระตุ้นคนกลาง หรือเรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง และการกระตุ้นพนักงานขายให้การข่าวและประชาสัมพันธ์

3.4 การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

3.5 การตลาดทางตรง และการตลาดเชื่อมตรง เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ โดยตรงกับผู้ซื้อและผู้ทำให้เกิดการตอบสนองเช่น ใช้คูโปนแลกซื้อ

4. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง เส้นทางที่สินค้าบริโภค (Consumer Goods) เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยัง ผู้บริโภคสุดท้าย (Ultimate Consumer) บริษัทจำนวนมากเลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market Logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค หรือผู้บริโภคทางอุตสาหกรรม

การกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. การขนส่ง
2. การเก็บรักษาสินค้าและการคลังสินค้า
3. การบริหารสินค้าคงเหลือ

ระดับช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งอย่างกว้างๆ ได้ 4 ระดับ เริ่มต้นด้วยการขาย โดยตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ซึ่งเป็นช่องทางของการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สั้นที่สุดจนถึงช่องทางที่ขายผ่านคนกลางหลายๆชั้น เพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปยังมือผู้บริโภค

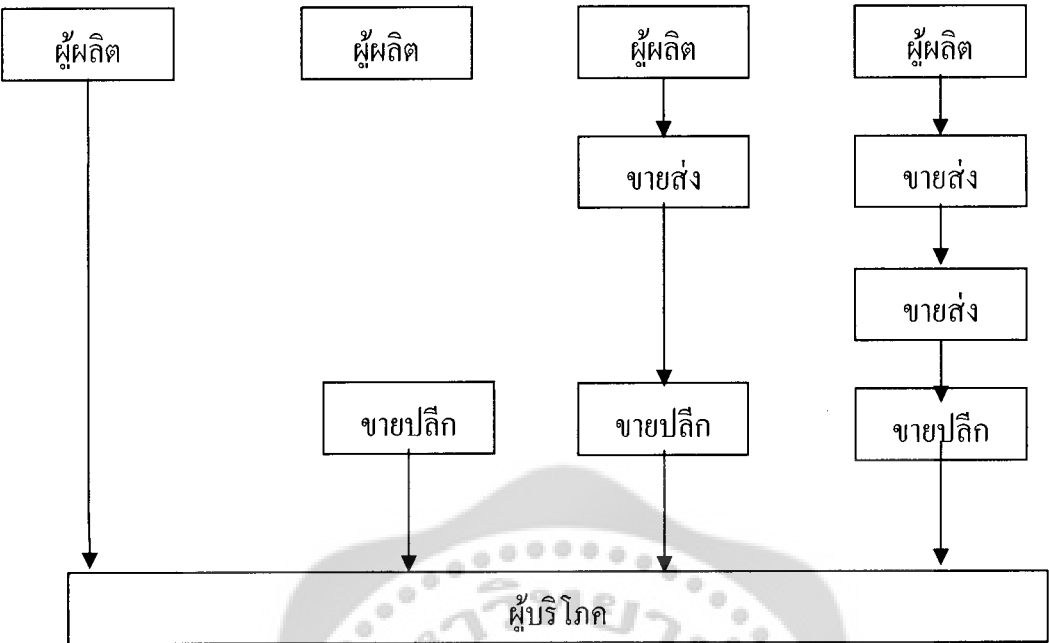
1. ช่องทาง 2 ระดับ เป็นช่องทางที่สั้นที่สุด เพราะไม่ต้องผ่านตัวกลางอื่นเลยเป็นการขายโดยตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค

2. ช่องทาง 3 ระดับ ช่องทางนี้ผู้ผลิตใช้สื่อกลางซึ่งเป็นร้านขายปลีก เพื่อขายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค

3. ช่องทาง 4 ระดับ ช่องทาง 4 ระดับนี้ เป็นช่องทางที่เราอาจเห็นบ่อยที่สุดและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่หาซื้อได้โดยทั่วไป

4. ช่องทาง 5 ระดับ ช่องทางสุดท้ายนี้จะมีทั่วไปในประเทศ เนื่องจากเราไม่มีบริษัทขายส่งใหญ่ๆ มากพอที่สามารถจะมีผลิตภัณฑ์มากมาย และติดต่อกับร้านขายปลีกได้หมด จึงต้องพึ่งร้านขายส่งที่มีขนาดเล็กลงไป ช่วยขายส่งใหญ่ๆ จัดจำหน่ายไปยังร้านขายปลีกเล็กๆ อีกทอดหนึ่ง

ระดับช่องทาง



ภาพประกอบ 3 ระดับช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อกำหนดในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย

ในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตเผชิญกับปัญหาที่ว่าด้วยการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ดีที่สุดกับการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำเป็นต้องใช้ ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องเป็นวิธีที่ดีที่สุด เพราะส่วนใหญ่แล้ว ผู้ผลิตต้องใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับสภาพ และสิ่งแวดล้อมในบางโอกาส ถึงแม้ว่า จะต้องการขายให้ผู้จำหน่ายโดยตรง แต่อาจจะกระทำได้ที่ตั้งใจไว้ไม่ได้และอาจจำเป็นต้องขายผ่านผู้จำหน่ายปลีก ไปอีกต่อหนึ่ง ถ้าเป็นข้อกำหนดของตลาด ซึ่งประกอบด้วย

- 1. ลักษณะของผู้บริโภค
- 2. ลักษณะของผลิตภัณฑ์
- 3. ลักษณะของคนกลาง
- 4. สภาพและลักษณะของกลุ่มแข่งขัน
- 5. สถานภาพและนโยบาย
- 6. สิ่งแวดล้อมและกฎหมาย

5. บุคคล (People) จะครอบคลุม 2 ประเด็น ดังนี้

5.1 บทบาทของบุคคล สำหรับธุรกิจบริการผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตบริการแล้วยังต้องทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์บริการไปพร้อม ๆ กันด้วย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีส่วนจำเป็นอย่างมากสำหรับการบริการ

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าด้วยกัน คุณภาพบริการของลูกค้ารายหนึ่งอาจมีผลมาจากลูกค้ารายอื่นแนะนำมา ตัวอย่างที่เกิดขึ้น เช่น กลุ่มลูกค้า หรือลูกค้าจากร้านอาหารที่บอกต่อกันไป แต่ปัญหาหนึ่งที่ผู้บริหารการตลาดจะพบก็คือ การควบคุมระดับคุณภาพ การบริการให้อยู่ในระดับที่คงที่

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) นับเป็นองค์ประกอบที่มีส่วนในการช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณภาพบริการนั้นมีคุณภาพ มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพด้วยเช่นกัน องค์ประกอบนี้ได้แก่ อาคารสำนักงาน สถานที่ให้บริการ เครื่องมือที่ใช้ การแต่งกายของพนักงานที่เหมาะสม เครื่องหมายการค้า สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือแม้กระทั่งลูกค้าคนอื่นที่อยู่ในสถานที่บริการนั้น ๆ ก็มีส่วนในการที่ลูกค้าใช้เป็นปัจจัยในการประเมินงานบริการนั้น ๆ ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าบริการเป็นสิ่งจับต้องและประเมินได้ยาก ลูกค้าจึงมักจะเปรียบเทียบเอากับสิ่งที่อยู่ใกล้เคียงที่เป็นองค์ประกอบดังได้ยกตัวอย่างในตอนต้นเป็นตัวช่วยในการประเมิน

7. กระบวนการ (Process) เป็นกระบวนการการออกแบบ การส่งมอบบริการให้กับลูกค้า ถ้าการออกแบบทำได้ดี การส่งมอบบริการก็จะมีประสิทธิภาพเพื่อส่งมอบคุณภาพ ถูกต้อง ตรงเวลา มีคุณภาพสม่ำเสมอ แต่ถ้าการออกแบบขั้นตอนการผลิตบริการไม่ดีพอ จะทำให้ลูกค้ารู้สึกรำคาญ หรือที่อาการหนักหน่อยก็จะทำให้ลูกค้าไม่พอใจ จนอาจจะพาลเลิกใช้บริการไปเลยก็ได้ เพราะการออกแบบการให้บริการที่ไม่มีประสิทธิภาพ จะทำให้ลูกค้ารู้สึกได้ว่ามีขั้นตอนมากมายเหมือนราชการ ซักช้า พนักงานที่รับเรื่องไม่กล้าตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความกดดันจะมีมากที่แนวรับลูกค้า ตรงพนักงานรับบริการที่อยู่ส่วนหน้าสุด ทำให้พนักงานมีความตึงเครียด ซึ่งจะส่งผลให้การบริการมีประสิทธิภาพลดลง และกลายเป็นความล้มเหลวในที่สุดในการให้บริการลูกค้าได้รวดเร็วประทับใจลูกค้า (Customer Satisfaction)

จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) พบว่าการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การจัดจำหน่าย (Place) บุคคล (Person) ลักษณะทางกายภาพ (Physical) และกระบวนการ (Process)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กัลยา ศรีสถิต (2543) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ศึกษากรณีลูกค้าห้างสรรพสินค้า เดอะคอมพิวเตอร์ซิตี้ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง ที่สำคัญ ได้แก่ ประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ ความต้องการใช้งาน ความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพ การบริการหลังการขาย ราคาของเครื่อง ความปลอดภัยในการใช้งาน ส่วนปัจจัยเสริมที่มีความสำคัญมีตามลำดับดังนี้ รายได้ของตัวเอง ความต้องการที่จะทันต่อเทคโนโลยี รูปทรงของเครื่องคอมพิวเตอร์ ราคาในการเพิ่มประสิทธิภาพ พนักงานประจำร้าน รูปแบบการส่งเสริมการขาย สถานที่จอดรถ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สถานที่ตั้งร้านจำหน่าย ความสัมพันธ์กับผู้ขาย ยี่ห้อของเครื่องคอมพิวเตอร์ ราคาขายต่อ การจัดหน้าร้าน

ข่ายคำ สุวรรณพินท์ (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต ของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายต่าง ๆ พบว่า สถานที่ที่นักศึกษาใช้บริการ อินเทอร์เน็ตเป็นประจำมากที่สุด คือ ที่บ้านหรือที่พักอาศัย โดยใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายของสถาบัน มีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 1 ปี มีช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 09.00-16.00 น. มีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง และใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือนเฉลี่ย 1-10 ชั่วโมงต่อเดือน ส่วนความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อสัปดาห์คือ ความถี่ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาพบว่า นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการประหยัดเวลาค่าใช้จ่ายและสะดวกในการติดต่อเป็นอันดับแรก ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตของเอกชนพบว่า ราคาต่อชั่วโมงถูกเป็นปัจจัยอันดับแรก และเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่าปัจจัยด้าน เพศ อายุ สถาบัน ชั้นปี รายได้ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ต กับสถานศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กัน

วรารักษ์ อนันต์อิทธิกุล (2548: 86) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ ศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ของลูกค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์โดยรวมมีความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง นอกนั้นในระดับมาก และพบว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทของการใช้บริการต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวม ไม่แตกต่างกัน และรายด้านพบว่าสถานประกอบการ/ธุรกิจ ให้ความสำคัญกับด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าบุคคลธรรมดา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่ซึ่งเป็นส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 4 ปัจจัย คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) บุคคล (Person) และกระบวนการ (Process) ที่คาดว่าจะมีความสำคัญที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยไม่ได้เลือกศึกษาราคา (Price) ลักษณะทางกายภาพ (Physical) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ทั้งนี้เนื่องจากโดยทั่วไปการที่ลูกค้าหรือองค์กรต่าง ๆ จะเลือกใช้ Leased line มักจะมองถึงความจำเป็นในการใช้งาน และในการแข่งขันของตลาด Leased line เป็นตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และแต่ละบริษัทมีราคา ลักษณะทางกายภาพ และลักษณะการส่งเสริมการตลาด ที่ไม่แตกต่างกัน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. วิธีดำเนินการในการสร้างเครื่องมือ
4. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดการทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มลูกค้าที่เลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของ บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ที่มีอยู่ทั้งสิ้น 2,800 ราย แยกเป็นลูกค้าที่เป็นบริษัท หรือองค์กรเอกชน จำนวน 2,235 ราย และหน่วยงาน หรือองค์กรของรัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 565 ราย (บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน). 2551 : ฐานข้อมูลออนไลน์) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้าที่เลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของ บริษัท ซีเอส ล็อกซ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ขนาดตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง (Malhotra, 2002: อ้างอิงจาก Men Shaohua, 2004: 46) เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive Sampling)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ทำการเลือกตัวอย่างตามลักษณะของลูกค้าซึ่งมีจำนวน 2 กลุ่ม คือ บริษัท หรือองค์กรเอกชน และหน่วยงาน หรือองค์กรของรัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจ แล้วกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบเป็นสัดส่วนกับจำนวนประชากรในแต่ละกลุ่ม โดยทำการคำนวณจากสูตร

$$n_i = \frac{N_i(n)}{N}$$

โดยที่ n = ขนาดหรือจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

N_i = ขนาดหรือจำนวนประชากรในแต่ละกลุ่ม

n_i = ขนาดตัวอย่างที่สุ่มได้ในแต่ละกลุ่ม

จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มที่จะนำมาทำวิจัยในครั้งนี้

ลักษณะของลูกค้า	จำนวน ประชากร	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง	สัดส่วน (ร้อยละ)
บริษัท หรือองค์กรเอกชน	2235	80	160	80
หน่วยงาน หรือองค์กรของรัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจ	565	20	40	20
รวม	2800	100.00	200	100.00

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้เพื่อรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามมีลักษณะดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อรวบรวมลักษณะขององค์กรที่เป็นลูกค้า มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Response Question) มีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choice) ดังนี้

- ข้อที่ 1 ประเภทขององค์กร ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal scale)
- ข้อที่ 2 ขนาดขององค์กร ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale)
- ข้อที่ 3 ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale)
- ข้อที่ 4 ความเร็วอินเทอร์เน็ตขององค์กร ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 5 ประเภทอินเทอร์เน็ตขององค์กร ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบ นามบัญญัติ

(Nominal scale)

ข้อที่ 6 ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบ

นามบัญญัติ (Nominal scale)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) เป็นคำถามแบบ Likert Scale แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ซึ่งมีตัวเลือกตามระดับความสำคัญโดยได้กำหนดระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจไว้ 5 ระดับดังนี้

- สำคัญมากที่สุด เท่ากับ 5
- สำคัญมาก เท่ากับ 4
- สำคัญปานกลาง เท่ากับ 3
- สำคัญน้อย เท่ากับ 2
- สำคัญน้อยที่สุด เท่ากับ 1

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้เพื่อรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามมีลักษณะดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อรวบรวมลักษณะขององค์กรที่เป็นลูกค้า มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Response Question) มีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choice) ดังนี้

ข้อที่ 1 ประเภทขององค์กร ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ

(Nominal scale)

ข้อที่ 2 ขนาดขององค์กร ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 3 ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ

(Ordinal scale)

ข้อที่ 4 ความเร็วอินเทอร์เน็ตขององค์กร ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ

(Ordinal scale)

- ข้อที่ 5 ประเภทอินเทอร์เน็ตขององค์กร ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบ นามบัญญัติ (Nominal scale)
- ข้อที่ 6 ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบ นามบัญญัติ (Nominal scale)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) เป็นคำถามแบบ Likert Scale แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ซึ่งมีตัวเลือกตามระดับความสำคัญโดยได้กำหนดระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจไว้ 5 ระดับดังนี้

- สำคัญมากที่สุด เท่ากับ 5
- สำคัญมาก เท่ากับ 4
- สำคัญปานกลาง เท่ากับ 3
- สำคัญน้อย เท่ากับ 2
- สำคัญน้อยที่สุด เท่ากับ 1

โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมิน จากสูตรต่อไปนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 8-11) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ชั้นที่มีค่าสูงสุด} - \text{ชั้นที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$
$$\text{แทนค่า จากสูตร} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

เกณฑ์ในการประเมินแบบสอบถามปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด มีดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับน้อยที่สุด

วิธีดำเนินการในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมความมุ่งหมายการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบทดสอบ เพื่อให้มีความชัดเจนตรงตามความมุ่งหมายการวิจัย
3. นำข้อมูลที่ได้ศึกษา ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งขอบเขตของแบบสอบถามจะเกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามและองค์กร พฤติกรรมในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม
5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) และความถูกต้องของภาษาแล้วนำมาแก้ไข จากนั้นนำมาปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปใช้
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับลูกค้าของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 หน่วยงาน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)
7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบหาความเชื่อมั่นไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์
ให้กลุ่มตัวอย่างที่สุ่มได้ จำนวน 350 ราย

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยการนำแบบสอบถามที่ได้รับมาทั้งหมดมาตรวจทานดูความ
สมบูรณ์ของแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกเพื่อให้ได้มาซึ่งแบบสอบถามที่สมบูรณ์
มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล แล้วลงรหัสแบบสอบถาม

2. วิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปขององค์กร (ลูกค้า) และตอนที่ 2 พฤติกรรม ในการใช้
บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์
อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง

3. การวิเคราะห์โดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละ
ข้อโดยใช้สถิติ t-test และ One-Way ANOVA (F-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างในการวิเคราะห์
ความแตกต่าง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในด้านต่าง ๆ
(กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 39) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum x_i$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 48) โดยใช้สูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
 x_i แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
 $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) ค่าอัลฟ่าที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ มีสูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 50)

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{k \text{ cov } variance / variance}{1 + (k - 1) \text{ cov } variance / variance}$$

Cronbach's Alpha	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
k	แทน จำนวนคำถาม
$covariance$	แทน ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
$variance$	แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน

3.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร t-test (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542: 360)

กรณีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{S_p^2 \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

$$df = \frac{n_1 + n_2}{2} - 2$$

- เมื่อ t แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
- $\bar{X}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1
- $\bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2
- S_p^2 แทน ค่าความแปรปรวนรวม
- n_1, n_2 แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
- df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

กรณีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ($\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$df = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]}{n_2 - 2}}$$

- เมื่อ t แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
- $\bar{X}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1
- $\bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2
- S_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
- S_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
- n_1, n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
- df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

3.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 249)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

- F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
- MS_b แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
- MS_w แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
- df แทน ค่าของชั้นแห่งความเป็นอิสระ ระหว่างกลุ่ม (k-1) ภายในกลุ่ม (n-k)
- k แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
- n แทน จำนวนคะแนนทั้งหมด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอข้อมูล ผู้ศึกษาได้กำหนดความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	สถิติที่ใช้ในการพิจารณา t-distribution
F	แทน	สถิติที่ใช้ในการพิจารณา F-distribution
LSD	แทน	Fisher's Least-Significance เป็นเทคนิคที่ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากรได้ครั้งละหลายคู่
df	แทน	ระดับขั้นความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลำดับขั้นที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของผู้ใช้บริการด้านประเภทขององค์กร ขนาด ขององค์กร ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วอินเทอร์เน็ต ประเภทอินเทอร์เน็ต และผู้ตัดสินใจ เลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบ บริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ประเภทขององค์กร ขนาด ขององค์กร ค่าบริการ อินเทอร์เน็ต ความเร็วอินเทอร์เน็ต ประเภทอินเทอร์เน็ต และผู้ตัดสินใจ เลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ขององค์กร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของผู้ใช้บริการด้านประเภทขององค์กร ขนาด ขององค์กร ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วอินเทอร์เน็ต ประเภทอินเทอร์เน็ต และผู้ตัดสินใจ เลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร

ตาราง 2 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของผู้ใช้บริการด้านประเภทขององค์กร ขนาด ขององค์กร ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วอินเทอร์เน็ต ประเภทอินเทอร์เน็ต และผู้ตัดสินใจ เลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร

ข้อมูล	ความถี่	ร้อยละ
1. ประเภทขององค์กร		
1.1 บริษัท หรือองค์กรของเอกชน	160	80.00
1.2 หน่วยงาน หรือองค์กรของรัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจ	40	20.00
รวม	200	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูล	ความถี่	ร้อยละ
2. ขนาดขององค์กร (จำนวนพนักงานในองค์กร)		
2.1 ขนาดเล็ก (มีพนักงานต่ำกว่า 50 คน)	26	13.00
2.2 ขนาดกลาง (มีพนักงาน 51 - 200 คน)	66	33.00
2.3 ขนาดใหญ่ (มีพนักงานมากกว่า 200 คน ขึ้นไป)	108	54.04
รวม	200	100.00
3. ค่าบริการอินเทอร์เน็ตแบบ Leased Line โดยเฉลี่ยต่อเดือน		
3.1 ต่ำกว่า 20,000 บาท	42	21.00
3.2 20,000 - 30,000 บาท	51	25.50
3.3 30,001-40,000 บาท	47	23.50
3.4 40,001 บาท ขึ้นไป	60	30.00
รวม	200	100.00
4. ความเร็วอินเทอร์เน็ตแบบ Leased Line ที่ใช้		
4.1 ไม่เกิน 1 Mbps	36	18.00
4.2 1 Mbps แต่ไม่เกิน 2 Mbps	47	23.50
4.3 2 Mbps แต่ไม่เกิน 4 Mbps	64	32.00
4.4 4 Mbps ขึ้นไป	53	26.50
รวม	200	100.00
5. ประเภทอินเทอร์เน็ตแบบ Leased Line ที่ใช้		
5.1 G.SHDSL	45	22.50
5.2 MPLS	52	26.00
5.3 DDN หรือ TDM	38	19.00
5.4 Fiber optic	65	32.50
รวม	200	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูล	ความถี่	ร้อยละ
6. ผู้ที่ตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร		
6.1 ผู้บริหาร	107	53.50
6.2 หัวหน้างาน	45	22.50
6.3 เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	48	24.00
รวม	200	100.00

จากตาราง 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ลักษณะของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 200 คน พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นบริษัท หรือองค์กรของเอกชน มีองค์กรขนาดใหญ่ (มีพนักงานมากกว่า 200 คน ขึ้นไป) มีค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป ความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ใช้ 2 Mbps แต่ไม่เกิน 4 Mbps ประเภทอินเทอร์เน็ตที่ใช้คือ Fiber optic และผู้บริหารเป็นผู้ที่ตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) (N=200)

ปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญของปัจจัย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	.42	มากที่สุด
2. ด้านการจัดจำหน่าย	3.78	.66	มาก
3. ด้านบุคคล	4.14	.54	มาก
4. ด้านกระบวนการ	4.27	.54	มากที่สุด
รวม	4.10	.40	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ ด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์ และอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านบุคคล และด้านการจัดจำหน่าย

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ (N=200)

ปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญของปัจจัย
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. คุณภาพของการส่งข้อมูลที่รวดเร็วแน่นอน	4.49	.63	มากที่สุด
2. มีเส้นทางออก International หลากหลายเส้นทาง	4.07	.68	มาก
3. มีเส้นทางและปริมาณ International Bandwidth และ Domestic Bandwidth ขนาดใหญ่	4.23	.66	มากที่สุด
4. มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการติดตั้ง (Onsite Service) หลายทีม	4.02	.78	มาก
5. มีการอบรม (Training) ให้ลูกค้าทุกเดือน	3.73	.78	มาก
6. ประสิทธิภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ	4.25	.62	มากที่สุด
7. การให้บริการแก้ปัญหาของทีม Support ได้ผลและรวดเร็ว	4.46	.62	มากที่สุด
8. ความน่าเชื่อถือของบริษัท	4.29	.63	มากที่สุด
รวม	4.19	.42	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการให้

ความสำคัญระดับมากที่สุด 5 ข้อ และระดับมาก 3 ข้อ โดยเรียงลำดับปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดสามอันดับแรก คือ คุณภาพของการส่งข้อมูลที่รวดเร็วแน่นอน รองลงมาคือการให้บริการแก้ไขปัญหาของทีม Support ได้ผลและรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือของบริษัท

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ด้านการจัดจำหน่าย (N=200)

ปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย
ด้านการจัดจำหน่าย			
1. ท่าเลที่ตั้งของบริษัทสะดวกต่อการเดินทางไปติดต่อกับบริษัท	3.47	.84	มาก
2. ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ	4.03	.80	มาก
รวม	3.75	.64	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทั้ง 2 ข้อ ในระดับมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ด้านบุคคล (N=200)

ปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญของปัจจัย
ด้านบุคคล			
1. พนักงานขายมีทักษะและความรู้ด้าน Network ดี	3.95	.64	มาก
2. วิศวกร (Presale Engineer) มีทักษะและความรู้ด้าน Network ดี	4.33	.63	มากที่สุด
3. การติดตามผลและการบริการหลังการขายของพนักงานขาย	4.14	.71	มาก
รวม	4.14	.52	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) ด้านบุคคลโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญกับวิศวกร (Presale Engineer) มีทักษะและความรู้ด้าน Network ดี ระดับมากที่สุด นอกนั้นในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการ (N=200)

ปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญของปัจจัย
ด้านกระบวนการ			
1. ความรวดเร็วในการให้บริการติดตั้งวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง	4.10	.76	มาก
2. ความรวดเร็วในการให้บริการแก้ไขปัญหาวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงหลังการใช้งาน	4.45	.63	มากที่สุด
รวม	4.28	.57	มากที่สุด

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการโดยรวมในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการแก้ไขปัญหาวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงหลังการใช้งานในระดับมากที่สุด ส่วนความรวดเร็วในการให้บริการติดตั้งวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ อินโฟ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ประเภทขององค์กร ขนาดขององค์กร ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วอินเทอร์เน็ต ประเภทอินเทอร์เน็ต และผู้ตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร

3.1 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามประเภทขององค์กร เป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ประเภทองค์กรต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ t-test สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ประเภทองค์กรต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทองค์กรต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ อินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามประเภทขององค์กร

ปัจจัย	บริษัท หรือองค์กรเอกชน (n=160)			หน่วยงาน หรือองค์กรของ รัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจ (n=40)			t	p
	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	.41	มากที่สุด	4.09	.45	มาก	1.63	.83
2. ด้านการจัดจำหน่าย	3.73	.62	มาก	3.85	.70	มาก	-1.11	.30
3. ด้านบุคคล	4.16	.51	มาก	4.03	.57	มาก	1.43	.64
4. ด้านกระบวนการ	4.33	.55	มากที่สุด	4.06	.61	มาก	2.67	.88
รวม	4.11	.39	มาก	4.01	.44	มาก	1.39	.26

จากตาราง 8 พบว่าประเภทองค์กรต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวม และรายด้าน ไม่แตกต่างกัน นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าประเภทองค์กรต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

3.2 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามขนาดขององค์กร เป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ขนาดองค์กรต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน โดยใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ขนาดขององค์กรต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ขนาดขององค์กรต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามขนาดขององค์กร

ปัจจัย	ขนาดเล็ก (n=26)			ขนาดกลาง (n=66)			ขนาดใหญ่ (n=108)		
	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญของปัจจัย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.06	.54	มาก	4.19	.41	มาก	4.22	.39	มากที่สุด
2. ด้านการจัดจำหน่าย	3.61	.60	มาก	3.86	.62	มาก	3.71	.65	มาก
3. ด้านบุคคล	4.15	.60	มาก	4.26	.51	มากที่สุด	4.06	.50	มาก
4. ด้านกระบวนการ	4.13	.71	มาก	4.34	.48	มากที่สุด	4.27	.58	มากที่สุด
รวม	4.00	.53	มาก	4.16	.37	มาก	4.07	.38	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ขนาดองค์กรแต่ละขนาดให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ดังนี้

ผู้ให้บริการที่เป็นองค์กรขนาดเล็กให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยทุกด้านในระดับมาก

ผู้ให้บริการที่เป็นองค์กรขนาดกลางให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และด้านบุคคลในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก

ผู้ให้บริการที่เป็นองค์กรขนาดใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบ
บริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ
จำกัด (มหาชน) จำแนกตามขนาดขององค์กร

ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	.57	.28	1.60	.20
	ภายในกลุ่ม	197	34.81	.18		
	รวม	199	35.37			
2. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	1.17	.59	1.45	.24
	ภายในกลุ่ม	197	79.33	.40		
	รวม	199	80.50			
3. ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	2	1.58	.79	2.96	.05
	ภายในกลุ่ม	197	52.48	.27		
	รวม	199	54.06			
4. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.80	.40	1.24	.29
	ภายในกลุ่ม	197	64.07	.33		
	รวม	199	64.88			
รวมทั้ง 4 ด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	.61	.31	1.93	.15
	ภายในกลุ่ม	197	31.27	.16		
	รวม	199	31.89			

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีขนาดองค์กรต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.3 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามองค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ต Leased Line โดยเฉลี่ยต่อเดือน เป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 องค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ต Leased Line โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

โดยใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : องค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : องค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน



ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความถี่สูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) องค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

ปัจจัย	ต่ำกว่า 20,000 บาท			20,000 – 30,000 บาท			30,001 – 40,000 บาท			40,001 บาท ขึ้นไป		
	(n=42)			(n=51)			(n=47)			(n=60)		
	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.09	.40	มาก	4.29	.37	มากที่สุด	4.15	.47	มาก	4.21	.43	มากที่สุด
2. ด้านการจัดจำหน่าย	3.85	.58	มาก	3.86	.53	มาก	3.56	.73	มาก	3.73	.66	มาก
3. ด้านบุคคล	4.20	.50	มาก	4.17	.48	มาก	4.11	.56	มาก	4.09	.54	มาก
4. ด้านกระบวนการ	4.39	.58	มากที่สุด	4.37	.51	มากที่สุด	4.14	.56	มาก	4.22	.61	มากที่สุด
รวม	4.13	.40	มาก	4.17	.36	มาก	3.99	.44	มาก	4.06	.40	มาก

จากตาราง 11 พบว่า องค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ดังนี้

องค์กรที่ใช้ค่าบริการค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก

องค์กรที่ใช้ค่าบริการค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก

องค์กรที่ใช้ค่าบริการค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยทุกด้านในระดับมาก

องค์กรที่ใช้ค่าบริการค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) องค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.00	.33	1.90	.13
	ภายในกลุ่ม	196	34.37	.18		
	รวม	199	35.37			
2. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3	2.68	.89	2.25	.084
	ภายในกลุ่ม	196	77.83	.40		
	รวม	199	80.50			
3. ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	3	.38	.13	.46	.71
	ภายในกลุ่ม	196	53.68	.27		
	รวม	199	54.06			
4. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.15	.72	2.24	.86
	ภายในกลุ่ม	196	62.72	.32		
	รวม	199	64.88			
รวมทั้ง 4 ด้าน	ระหว่างกลุ่ม	3	.94	.31	1.98	.12
	ภายในกลุ่ม	196	30.95	.16		
	รวม	199	31.89			

จากตาราง 12 พบว่า องค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.4 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามความเร็วอินเทอร์เน็ต Leased Line ที่องค์กรใช้ เป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 องค์กรที่ใช้ความเร็วของ Leased Line ต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัทซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน โดยใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : องค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : องค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ อินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีเอกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) องค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตต่างกัน

ปัจจัย	ไม่เกิน 1 Mbps (n=36)			1 Mbps แต่ไม่เกิน 2 Mbps (n=47)			2 Mbps แต่ไม่เกิน 4 Mbps (n=64)			4 Mbps ขึ้นไป (n=53)		
	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.18	.36	มาก	4.15	.50	มาก	4.13	.39	มาก	4.30	.42	มากที่สุด
2. ด้านการจัดจำหน่าย	3.90	.57	มาก	3.82	.69	มาก	3.66	.65	มาก	3.69	.60	มาก
3. ด้านบุคคล	4.32	.47	มากที่สุด	4.16	.56	มาก	4.02	.54	มาก	4.13	.47	มาก
4. ด้านกระบวนการ	4.42	.59	มากที่สุด	4.32	.67	มากที่สุด	4.16	.52	มาก	4.28	.50	มากที่สุด
รวม	4.21	.41	มากที่สุด	4.11	.47	มาก	3.99	.34	มาก	4.10	.37	มาก

จากตาราง 13 พบว่า องค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ดังนี้

องค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ต ไม่เกิน 1 Mbps ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และด้านบุคคลในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก

องค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ต 1 Mbps แต่ไม่เกิน 2 Mbps ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก

องค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ต 2 Mbps แต่ไม่เกิน 4 Mbps ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากทุกด้าน

องค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ต 4 Mbps ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก



ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามความเร็วอินเทอร์เน็ตขององค์กร

ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3	.96	0.32	1.82	.15
	ภายในกลุ่ม	196	34.42	.18		
	รวม	199	35.37			
2. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3	1.74	.58	1.44	.23
	ภายในกลุ่ม	196	78.76	.40		
	รวม	199	80.50			
3. ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	3	2.16	.72	2.71	.04*
	ภายในกลุ่ม	196	51.90	.28		
	รวม	199	54.06			
4. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.72	.57	1.78	.15
	ภายในกลุ่ม	196	63.16	.32		
	รวม	199	64.88			
รวมทั้ง 4 ด้าน	ระหว่างกลุ่ม	3	1.13	.38	2.39	.07
	ภายในกลุ่ม	196	30.76	.16		
	รวม	199	31.89			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 พบว่า องค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่างค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตต่างกัน ให้มีความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันรายคู่ใดบ้าง จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีการ LDS (Least Significant Different) ปรากฏผลดังตาราง 15

ตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ที่ความเร็วอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน ด้านบุคคล เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามความเร็วอินเทอร์เน็ตขององค์กร

ความเร็วอินเทอร์เน็ต ขององค์กร	ความเร็วอินเทอร์เน็ตขององค์กร				
	ไม่เกิน 1 Mbps	1 Mbps แต่ไม่เกิน 2 Mbps	2 Mbps แต่ไม่เกิน 4 Mbps	4 Mbps ขึ้นไป	
	$\bar{X}$	2 Mbps	4 Mbps		
	ด้านบุคคล	4.32	4.16	4.02	4.13
ไม่เกิน 1 Mbps	4.32	-	.16	.30*	.19*
1 Mbps แต่ไม่เกิน 2 Mbps	4.16	-	.14	.03	
2 Mbps แต่ไม่เกิน 4 Mbps	4.02		-	-.11	
4 Mbps ขึ้นไป	4.13			-	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 แสดงว่างค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตไม่เกิน 1 Mbps ให้มีความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลมากกว่าองค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ต 2 Mbps แต่ไม่เกิน 4 Mbps อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.5 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามประเภทอินเทอร์เน็ตขององค์กร เป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 องค์กรที่ใช้ประเภทอินเทอร์เน็ตต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน โดยใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : องค์กรที่ใช้ประเภทอินเทอร์เน็ตต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : องค์กรที่ใช้ประเภทอินเทอร์เน็ตต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส สีสกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามประเภทอินเทอร์เน็ตขององค์กร

ปัจจัย	G.SHDSL (n=45)			MPLS (n=52)			DDN หรือ TDM (n=38)			Fiber optic (n=65)		
	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ ของปัจจัย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.17	.49	มาก	4.27	.40	มากที่สุด	4.26	.34	มากที่สุด	4.11	.42	มาก
2. ด้านการจัดจำหน่าย	3.71	.54	มาก	3.87	.65	มาก	3.70	.78	มาก	3.72	.60	มาก
3. ด้านบุคคล	4.17	.59	มาก	4.26	.47	มากที่สุด	4.11	.43	มาก	4.04	.55	มาก
4. ด้านกระบวนการ	4.29	.59	มากที่สุด	4.38	.52	มากที่สุด	4.28	.48	มากที่สุด	4.18	.64	มาก
รวม	4.08	.44	มาก	4.19	.38	มาก	4.08	.32	มาก	4.01	.42	มาก

จากตาราง 16 พบว่า องค์กรที่ใช้ประเภทอินเทอร์เน็ตต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ดังนี้

องค์กรที่ใช้อินเทอร์เน็ตประเภท G.SHDSL ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก

องค์กรที่ใช้อินเทอร์เน็ต ประเภท MPLS ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมากที่สุด

องค์กรที่ใช้อินเทอร์เน็ตประเภท DDN หรือ TDM ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก

องค์กรที่ใช้อินเทอร์เน็ตประเภท Fiber optic ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยทุกด้านในระดับมาก

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบ
บริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ
จำกัด (มหาชน) จำแนกตามประเภทอินเทอร์เน็ตขององค์กร

ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3	.96	.32	1.81	.15
	ภายในกลุ่ม	196	34.42	.18		
	รวม	199	35.37			
2. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3	.94	.30	.68	.56
	ภายในกลุ่ม	126	79.56	.41		
	รวม	129	80.50			
3. ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	3	1.43	.48	1.77	.15
	ภายในกลุ่ม	126	52.63	.27		
	รวม	129	54.06			
4. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.26	.42	1.29	.28
	ภายในกลุ่ม	126	63.62	.33		
	รวม	129	64.88			
รวมทั้ง 4 ด้าน	ระหว่างกลุ่ม	3	.98	.33	2.06	.11
	ภายในกลุ่ม	126	30.91	.16		
	รวม	129	31.89			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 พบว่า องค์กรที่ใช้ประเภทอินเทอร์เน็ตต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.6 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร เป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 6 ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน โดยใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ อินโฟ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน

ปัจจัย	ผู้บริหาร (n=107)			หัวหน้างาน (n=45)			เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง (n=48)		
	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญของปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญของปัจจัย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.22	.37	มากที่สุด	4.18	.42	มาก	4.14	.53	มาก
2. ด้านการจัดจำหน่าย	3.77	.63	มาก	3.68	.58	มาก	3.78	.71	มาก
3. ด้านบุคคล	4.13	.46	มาก	4.18	.58	มาก	4.12	.59	มาก
4. ด้านกระบวนการ	4.29	.52	มากที่สุด	4.12	.56	มาก	4.38	.67	มากที่สุด
รวม	4.10	.33	มาก	4.04	.43	มาก	4.10	.50	มาก

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการแต่ละตำแหน่งให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ดังนี้

ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เป็นผู้บริหารให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก

ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เป็นหัวหน้างานให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากทุกด้าน

ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เป็นเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร

ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	.26	.13	.74	.48
	ภายในกลุ่ม	197	35.11	.18		
	รวม	199	35.37			
2. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	.31	.16	.38	.68
	ภายในกลุ่ม	197	80.19	.41		
	รวม	199	80.50			
3. ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	2	.09	.04	.17	.85
	ภายในกลุ่ม	197	53.97	.27		
	รวม	199	54.06			
4. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.57	.78	2.44	.09
	ภายในกลุ่ม	197	63.30	.32		
	รวม	199	64.88			

ตาราง 19 (ต่อ)

ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
รวมทั้ง 4 ด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	.15	.07	.46	.63
	ภายในกลุ่ม	197	31.74	.16		
	รวม	199	31.87			

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีลำดับขั้นการสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการศึกษา
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย บุคคล และกระบวนการ
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ประเภทขององค์กร ขนาดขององค์กร ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วอินเทอร์เน็ต ประเภทอินเทอร์เน็ต และผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร

สรุปผล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของผู้ใช้บริการด้านประเภทขององค์กร ขนาดขององค์กร ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วอินเทอร์เน็ต ประเภทอินเทอร์เน็ต และผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่าในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 คน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นบริษัท หรือองค์กรของเอกชน มีองค์กรขนาดใหญ่ (มีพนักงานมากกว่า 200 คน ขึ้นไป) มีค่าบริการอินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป ความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ใช้ 2 Mbps แต่ไม่เกิน 4 Mbps ประเภทอินเทอร์เน็ตที่ใช้คือ Fiber optic และผู้บริหารเป็นผู้ที่ตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ให้บริการให้ความสำคัญด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะของผู้ให้บริการ ได้แก่ ประเภทขององค์กร ขนาดขององค์กร ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วอินเทอร์เน็ต ประเภทอินเทอร์เน็ต และผู้ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร

1. ประเภทองค์กรต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

2. ขนาดองค์กรต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

3. องค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

4. องค์กรที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวมไม่แตกต่างกัน และรายด้านพบว่า ด้านบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

5. องค์กรที่ใช้ประเภทอินเทอร์เน็ตต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

6. ผู้ที่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง

(Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) โดยรวม และรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่า วงจร สื่อสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน)

สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบบริการเช่า วงจร สื่อสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) จำนวน 4 ด้าน ในภาพรวมผู้ให้บริการให้ความสำคัญในระดับมาก และผู้ให้บริการให้ความสำคัญด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด นอกนั้นระดับมาก โดยพบว่า ให้ความสำคัญด้านกระบวนการมากที่สุดอันดับหนึ่ง และรองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ อนันต์อิทธิกุล (2548: 86) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ ศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ของลูกค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ ศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์โดยรวมมีความสำคัญในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการติดตั้งวงจรสื่อสัญญาณความเร็วสูง และความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของวงจรสื่อสัญญาณความเร็วสูงหลังการใช้งาน นอกจากนั้นยังให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตในเรื่องคุณภาพของการส่งข้อมูลที่รวดเร็วแน่นอน มีเส้นทางออก International หลายหลายเส้นทาง เส้นทางและปริมาณ International Bandwidth และ Domestic Bandwidth ขนาดใหญ่ จำนวนเจ้าหน้าที่คอยให้บริการติดตั้ง (Onsite Service) หลายทีม การอบรม (Training) ให้ลูกค้าทุกเดือน ประสิทธิภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ ความรวดเร็วในการให้บริการแก้ไขปัญหาของทีม Support และความน่าเชื่อถือของบริษัท ดังนั้นบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) หรือผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่า วงจรสื่อสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ที่ต้องการประสบความสำเร็จ หรือสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดเห็นความสำคัญ เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด และถ้าผู้ให้บริการ หรือลูกค้าให้ความสำคัญในระดับสูงก็จะนำไปสู่ความภักดีในระดับสูงเช่นกัน คอทเลอร์ (สมชาย ดีมาก. 2538 : ; อ้างอิงจาก Kotler. 2540 : 73)

2. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)

2.1 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการ หรือลูกค้าที่ประเภทองค์กรต่างกัน ให้ความสำคัญโดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งบริษัทหรือองค์กรของเอกชน และหน่วยงานหรือองค์กรของรัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญเท่ากัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ที่ตั้งไว้ นั่นหมายถึงทั้งบริษัท หรือองค์กรของเอกชน และหน่วยงาน หรือองค์กรของรัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

2.2 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการ หรือลูกค้าที่ขนาดองค์กรต่างกัน ให้ความสำคัญโดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งองค์กรขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ ให้ความสำคัญเท่ากัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ตั้งไว้ นั่นหมายถึงทั้งองค์กรขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

2.3 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการ หรือลูกค้าที่องค์กรใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญโดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งองค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท, 20,000 - 30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญเท่ากัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 ที่ตั้งไว้ นั่นหมายถึงทั้งองค์กรที่ใช้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท, 20,000 - 30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001 บาท ขึ้นไปให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

2.4 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ลีอกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการ หรือลูกค้าที่องค์กรใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตต่างกัน ให้ความสำคัญโดยรวม ไม่แตกต่างกัน แต่รายด้านพบว่าด้านบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานหลักข้อที่ 4 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความเร็ว ของอินเทอร์เน็ตมีความรวดเร็วทันใจของลูกค้าในทุกระดับความเร็ว จึงทำให้ลูกค้าให้ความสำคัญ ที่ไม่แตกต่าง แต่เมื่อพิจารณาด้านบุคคลพบที่มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญของทักษะ

และความรู้ด้าน Network ที่ดีของพนักงานขาย และวิศวกร รวมทั้ง การติดตามผลและการบริการหลังการขายของพนักงานขาย แตกต่างกัน

2.5 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของผู้ให้บริการ หรือลูกค้าที่องค์กรใช้ประเภทอินเทอร์เน็ตต่างกัน ให้มีความสำคัญโดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งองค์กรที่ใช้อินเทอร์เน็ตประเภท G.SHDSL, MPLS, DDN หรือ TDM และ Fiber optic ให้มีความสำคัญเท่ากัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5 ที่ตั้งไว้ นั่นหมายถึงทั้งองค์กรที่ใช้อินเทอร์เน็ตประเภท G.SHDSL, MPLS, DDN หรือ TDM และ Fiber optic ให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอินเทอร์เน็ตของบริษัทให้บริการรวดเร็ว ประทับใจเหมาะต่อการทำงานของแต่ละองค์กร

2.6 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการ หรือลูกค้าที่ผู้ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กรต่างกัน ให้มีความสำคัญโดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งผู้ตัดสินใจที่เป็นผู้บริหาร หัวหน้างาน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องให้มีความสำคัญเท่ากัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6 ที่ตั้งไว้ นั่นหมายถึงทั้งผู้ตัดสินใจที่เป็นผู้บริหาร หัวหน้างาน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซ์อินโฟ จำกัด (มหาชน) ทั้ง 4 ด้านดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ให้บริการ หรือลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าในด้านนี้ควรให้ความสำคัญกับทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพของการส่งข้อมูลที่รวดเร็วแน่นอน การให้บริการแก้ปัญหาที่รวดเร็ว ประสิทธิภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ ความน่าเชื่อถือของบริษัท ประสิทธิภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ และการจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการติดตั้งให้มีหลาย ๆ ทีม เป็นต้น

2. ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ให้บริการ หรือลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าในด้านนี้ควรเน้นความสำคัญกับความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการอันดับหนึ่ง รองลงมาคือทำเลที่ตั้งของบริษัทควรสะดวกต่อการเดินทางติดต่อ

3. ด้านบุคคล ผู้ให้บริการ หรือลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า ในด้านนี้ บริษัทควรให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านวิศวกร (Presale Engineer) ต้องมีทักษะและความรู้ด้าน Network ดี เป็นอันดับแรก รองลงมาคือการติดตามผลและการบริการหลังการขาย ของพนักงาน และพนักงานขายควรมีทักษะและความรู้ด้าน Network ดี

4. ด้านกระบวนการ ผู้ให้บริการ หรือลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าในด้านนี้ควรให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านความรวดเร็วในการให้บริการปัญหาจริง สื่อสัญญาณความเร็วสูงหลังการใช้งาน และความรวดเร็วในการให้บริการติดตั้งจริงสื่อสัญญาณความเร็วสูง

5. ผู้ให้บริการ หรือลูกค้าที่ใช้บริการความเร็วอินเทอร์เน็ตไม่เกิน 1 Mbps ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลมากกว่าผู้ให้บริการ หรือลูกค้าที่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ต 2 Mbps แต่ไม่เกิน 4 Mbps และ ความเร็ว 4 Mbps ขึ้นไป ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าบริษัทควรวางแผนการ บริหารด้านบุคคล ให้ดีเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) กับบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษากับลูกค้าที่อยู่ในต่างจังหวัด

2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) โดยแยกเขต หรือพื้นที่ศึกษา เพื่อจะได้ทราบว่าลูกค้าในแต่ละเขต หรือแต่ละพื้นที่ให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่างกันหรือไม่

3. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับการดำเนินงาน การให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัทบริษัท ซีเอส ล็อกซ์ อินโฟ จำกัด (มหาชน)



บรรณานุกรม

- กฤษดา สุรัชติชัยกุล. (2543). ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต
เอกชนในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ :
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2544). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- กัลยา ศรีสถิต. (2543). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล
ศึกษากรณีลูกค้าห้างเดอะมอลล์ เดอะคอมพิวเตอร์ ซิตี้. การศึกษาปัญหาพิเศษ บธ.ม.
(สาขาบริหารธุรกิจ). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ข่ายคำ สุวรรณพันธ์. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตของนักศึกษา
ปริญญาตรีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร
มหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชลธิชา วรรณวงศ์. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบชำระ
ค่าบริการล่วงหน้า. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2527). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์
และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปริญ ลักขิตานนท์. (2544). จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: อินโฟเมอร์เซียลมาร์ก.
- ไพรินทร์ ปราศอาพาธ. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า
ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2542). สถิติเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ หน่วย 1 – 8. กรุงเทพฯ :
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วราภรณ์ อนันต์อิทธิกุล. (2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ของลูกค้า
ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). *การวิจัยเชิงปฏิบัติ*. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
 ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
 ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและ
 โซเท็กซ์.

สุพรรณิ จงวิวัฒน์กุล. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพระยา,
 สุริย เจริญวงศ์. (2545). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในบริษัทหลักทรัพย์*
ในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บริษัท ชีระฟิล์ม และ
 โซเท็กซ์.

CS LoxInfo Public Company Limited. *CS LOXINFO PCL. Leased Line CORPORATE*
SERVICE : Bangkok, n.d.

Kotler, Philip. (2000). *Market Management*. The millennium edition. New Jersey : Prentice
 Hall.

Men, Shaohua. (2004). *FACTORS AFFECTING VACATION DESTINATION CHOICES OF*
COLLEGE STUDENTS. Master of Art in Tourism Management. Bangkok: Graduate
 School of Business Assumption University.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต
แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟร์ จำกัด (มหาชน)

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต
แบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)

แบบสอบถามนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการทำสารนิพนธ์ของนิสิตปริญญาโทหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านช่วยตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วย 2
ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ลักษณะของผู้ใช้บริการ
- ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจร
สื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. ตำแหน่ง

() ฝ่ายบริหาร หรือหัวหน้างาน

() พนักงาน หรือเจ้าหน้าที่

- ตอนที่ 1 ลักษณะของผู้ใช้บริการ
- คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () ที่ตรงกับข้อมูลขององค์กรที่ท่านทำงานอยู่มากที่สุด
1. ประเภทขององค์กร

() บริษัท หรือองค์กรของเอกชน

() หน่วยงาน หรือองค์กรของรัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจ

2. ขนาดขององค์กร (จำนวนพนักงานในองค์กร)

() ขนาดเล็ก (มีพนักงานต่ำกว่า 50 คน)

() ขนาดกลาง (มีพนักงาน 51 - 200 คน)

() ขนาดใหญ่ (มีพนักงานมากกว่า 200 คน ขึ้นไป)

3. ค่าบริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ที่องค์กรของท่านใช้ โดยเฉลี่ยต่อเดือน (ไม่รวม Vat 7%)
- () ต่ำกว่า 20,000 บาท () 20,000 - 30,000 บาท
- () 30,001-40,000 บาท () 40,001 บาท ขึ้นไป
4. ปัจจุบันองค์กรของท่านใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ความเร็วเท่าใด
- () ไม่เกิน 1 Mbps () 1 Mbps แต่ไม่เกิน 2 Mbps
- () 2 Mbps แต่ไม่เกิน 4 Mbps () 4 Mbps ขึ้นไป
5. ปัจจุบันองค์กรของท่านใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ประเภทใด
- () G.SHDSL () MPLS
- () DDN หรือ TDM () Fiber optic
6. ผู้ที่ตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตขององค์กร
- () ผู้บริหาร
- () หัวหน้างาน
- () เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ทุกข้อในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	<u>ด้านผลิตภัณฑ์</u> คุณภาพของการส่งข้อมูลที่รวดเร็วแน่นอน					
2	มีเส้นทางออก International หลากหลายเส้นทาง					
3	มีเส้นทางและปริมาณ International Bandwidth และ Domestic Bandwidth ขนาดใหญ่					
4	มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการติดตั้ง (Onsite Service) หลายทีม					

ข้อ	ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง (Leased Line) ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5	มีการอบรม (Training) ให้ลูกค้าทุกเดือน					
6	ประสิทธิภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ					
7	การให้บริการแก้ไขปัญหาของทีม Support ได้ผลและรวดเร็ว					
8	ความน่าเชื่อถือของบริษัท					
	<u>ด้านการจัดจำหน่าย</u>					
9	ทำเลที่ตั้งของบริษัทสะดวกต่อการเดินทางไปติดต่อกับบริษัท					
10	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ					
	<u>ด้านบุคคล</u>					
11	พนักงานขายมีทักษะและความรู้ด้าน Network ดี					
12	วิศวกร (Presale Engineer) มีทักษะและความรู้ด้าน Network ดี					
13	การติดตามผลและการบริการหลังการขายของพนักงานขาย					
	<u>ด้านกระบวนการ</u>					
14	ความรวดเร็วในการให้บริการติดตั้งวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง					
15	ความรวดเร็วในให้บริการแก้ไขปัญหาวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงหลังการใช้งาน					

***** ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม*****



ภาคผนวก ข

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศธ 0519.12/0840

วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวจักษณา สุวรรณมัย นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟร์ จำกัด(มหาชน)” โดยมี อาจารย์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุภาพรธรรม สิริแพทย์พิสุทธ์ และ อาจารย์ ดร.ถำสัน เลิศกุลประหยัด เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบบริการเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง ของบริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟร์ จำกัด (มหาชน)

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวจักษณา สุวรรณมัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์	อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อ.ดร.ลำสัน เลิศกุลประหยัด	อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวจักษณา สุวรรณมัย
วันเดือนปีเกิด	13 สิงหาคม 2525
สถานที่เกิด	อุดรธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	228/49 ซอยสันนิบาตเทศบาล ถนน รัชดาภิเษก 32 เขต จตุจักร จังหวัด: กรุงเทพมหานคร
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)
ประวัติการศึกษา	

พ.ศ.2548

บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา การตลาด
จาก มหาวิทยาลัยศรีปทุม
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พ.ศ.2553

