หัวข้อ คุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)ในเขตกรุงเทพมหานคร

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ปกรณ์ ปรียากร

ชื่อนักศึกษา เอนก โรหิตเสถียร

หลักสูตร รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ประชาชนในพื้นที่เขตจตุจักร เขตห้วยขวาง และเขตดินแดง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 175 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)ทั้ง 4 ด้าน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

ส่วนที่ 1 ประชาชนในพื้นที่เขตจตุจักร เขตห้วยขวาง และเขตดินแดง กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20 - 30 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีระดับระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)ในเขตกรุงเทพมหานคร ประชาชนผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่สองคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อันดับที่สามคือ ด้านความปลอดภัยในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต และอันดับที่สี่คือ ด้านคุณภาพการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากคำถามปลายเปิด ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่า ปัญหา อุปสรรคที่พบมากที่สุดคือข้อมูลส่วนตัวจะไม่ได้รับความปลอดภัยจากการใช้บริการและการเชื่อมต่อสัญญาณอินเตอร์เน็ตอาจจะมีความยุ่งยากบ้างในการเชื่อมต่อ อาจจะต้องมีการดูแลป้องกันข้อมูลส่วนตัวผู้ใช้บริการ โดยมีการเข้ารหัสของข้อมูลส่วนตัว หรืออาจจะต้องมีคำแนะนำในการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตให้ลูกค้า

2. ด้านการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต พบว่า ปัญหา อุปสรรคที่พบมากที่สุดคือการบริการของระบบอินเตอร์เน็ตต่อการเข้าใช้ระบบฐานข้อมูลมีความยุ่งยากลำบาก อาจจะต้องมีคำแนะนำในการใช้อินเตอร์เน็ตให้ลูกค้าในการเข้าระบบฐานข้อมูล หรืออาจจะเพิ่มช่องสัญญาณในการเข้าระบบฐานข้อมูล ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลได้โดยง่าย

3. ด้านคุณภาพการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต พบว่า ปัญหา อุปสรรคที่พบมากที่สุด คือ ระบบอินเตอร์เน็ตไม่สามารถให้บริการได้ครอบคลุมทั่วถึงตามที่ลูกค้าขอใช้บริการ อาจจะต้องเพิ่ม

พื้นที่ในการให้บริการให้คลอบคลุมพื้นที่เพิ่มขึ้นกว่าเดิม โดยการขยายสถานีและอุปกรณ์ให้เพิ่มมากขึ้น

4. ด้านความปลอดภัยในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต พบว่า ปัญหา อุปสรรคที่พบมากที่สุดคือ ความปลอดภัยของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้งานผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของ บ. กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) อาจจะต้องคอยแนะนำผู้ใช้บริการให้คอยตรวจสอบ และอัพเดทระบบแอนตีไวรัสและมัลแวร์ที่เครื่องคอมพิวเตอร์อยู่เป็นประจำ และทางผู้ให้บริการอาจจะต้องมีระบบไฟร์วอลล์เพื่อคอยตรวจสอบไวรัสคอมพิวเตอร์หรือมัลแวร์ต่างๆที่จะเข้ามาในระบบอินเตอร์เน็ตของ บ. กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

คำสำคัญ: คุณภาพ, ประชาชน, เครือข่ายอินเตอร์เน็ต

Title	The Quality of Internet Service of CAT Telecom Public Company Limited, Bangkok Metropolitan Administration
Advisor	Assoc. Prof. Pakorn Priyakorn, Ph.D.
Name	Anek Rohitsathian
Degree	Master of Public Administration
Academic Year	2022

Abstract

The purpose of this research was to study the quality of internet service provided by CAT Telecom Public Company Limited at Bangkok Metropolitan Administration. The samples used in the study were People in the areas of Chatuchak, Huai Khwang and Din Daeng. A sample of 175 people collected data by using a questionnaire related to the quality of internet service provided by CAT Telecom Public Company Limited in all four aspects. The statistics used in the research were frequency, percentage, mean and deviation. standard ben The results showed that

Part 1 People in Chatuchak, Huay Kwang and Din Daeng districts of Bangkok Most of them were males, aged 20 - 30 years old. Most of their educational levels were bachelor's degrees or equivalent. Have an average monthly income 20,001-30,000 baht and most of them are working as company employees.

Part 2 Data Analysis of Quality of Internet Service Provided by CAT Telecom Public Company Limited at Bangkok Metropolitan Administration, People who use internet services have opinions on service quality at a high level. When considering each side, it was found that Internet network services The quality is at the highest level. The second place is Trustworthiness The third place is in the safety of Internet network services and the fourth place is in terms of the quality of internet network services, respectively

Part 3 The results of data analysis, problems, obstacles, and other suggestions from open-ended questions are as follows:

1. In terms of trustworthiness, it was found that the most common problems and obstacles were that personal data would not be secured from using the service and connecting to the internet might be difficult to connect. May need to take care to protect personal information of service users. with encryption of

personal data or may need advice on how to connect to the internet for customers.

2. Regarding the provision of internet network services, it was found that the most common problems and obstacles were the difficulty in accessing the database system from the internet system. There may be instructions for using the Internet for customers to access the database system. or may add a channel to enter the database system Make it easy for customers to access the database.

3. Regarding the quality of internet network service, it was found that the most common problems and obstacles were The internet system is unable to provide the coverage that the customer requested for the service. may need to increase the service area to cover more areas than before by expanding more stations and equipment.

4. Regarding the security of Internet network services, it was found that the most common problems and obstacles were The security of computers used through the Internet system of CAT Telecom Public Company Limited may have to recommend service users to check. and regularly update the anti-virus and anti-malware system on the computer. And the service provider may have a firewall system to check for computer viruses or malware that will enter the Internet system of CAT Telecom Public Company Limited.

keyword: quality, people, internet network

ความสำคัญของเรื่องที่วิจัย

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาและการนำไอซีทีมาใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุน การพัฒนาประเทศมาโดยตลอด และได้มุ่งเน้นให้ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานด้านไอซีทีโดยเฉพาะอย่างยิ่งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broadband) กระจายอย่างทั่วถึงเสมือนบริการสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานทั่วไป ประชาชนมีความรอบรู้ เข้าถึง สามารถพัฒนาและใช้ประโยชน์จากสารสนเทศได้อย่างรู้เท่าทัน อุตสาหกรรมไอซีทีที่มีบทบาทเพิ่มขึ้นต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ประชาชนมีโอกาสในการสร้างรายได้และคุณภาพชีวิตดีขึ้นและไอซีทีมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาด้านเทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารมีส่วนสำคัญในดำเนินชีวิตของคนในสังคมเป็นอย่างมา โดยการใช้อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบอินเทอร์เน็ตทำให้การติดต่อสื่อสารเกิดความสะดวกสบาย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพและยังเป็นเครื่องมือสำหรับการทำธุรกิจในปัจจุบันและรวมไปถึงในอนาคตที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงเนื่องจากเป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่น สูง สามารถโต้ตอบเพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม “ระบบอินเทอร์เน็ต” จึงเป็นที่แพร่หลายในหน่วยงาน และองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดยเฉพาะระบบอินเทอร์เน็ตในบ้านเรือนมีอัตราการเจริญเติบโตของผู้ใช้งานในระบบอินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็ว

การใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยได้เกิดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2530โดยในระยะแรกยังคงใช้ในสถาบันการศึกษา จนกระทั่งต้นปี 2538 จึงได้มีองค์กรที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์ แห่งแรกคือ บริษัทอินเทอร์เน็ตแห่งประเทศไทย จำกัด ซึ่งให้บริการการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแก่บุคคล และนิติบุคคล โดยเรียกเก็บค่าเชื่อมต่อบริษัทที่มีลักษณะการให้บริการแบบนี้เรียกว่า “ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต” หรือ Internet Service Provider (ISP) ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตได้พัฒนาจากการเชื่อมต่อด้วยโมเด็ม 56 Kbps ผ่านสายโทรศัพท์มาเป็นการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่กำลังนิยมในปัจจุบันนี้จะมีทั้งลักษณะการเชื่อมต่อผ่านสายโทรศัพท์ที่เรียกว่า เอดี เอส แอล (ADSL) และการเชื่อมต่อผ่านผู้ให้บริการสายเคเบิล หรือผู้ให้บริการเคเบิลทีวี ซึ่งเรียกการเชื่อมต่อแบบนี้ว่า เคเบิลโมเด็ม (Cable Modem) นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมต่อแบบไร้สาย(Wi-Fi) ด้วยอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูงโดยสามารถใช้อินเทอร์เน็ตในทุก ๆ ที่ที่มีสัญญาณการเชื่อมต่อ (Hot Spot)

เนื่องจากการพัฒนาของเทคโนโลยีทางด้านอินเทอร์เน็ตที่ใช้กันอย่างแพร่หลายทำให้ในปัจจุบันในประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ระบบอินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ที่อยู่ตามแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลกเข้าไว้ด้วยกัน ผู้ใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตสามารถค้นคว้าข้อมูลและนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ได้ นอกเหนือไปจากนี้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ ได้ในเวลาเพียงไม่กี่วินาที ความสำคัญของอินเทอร์เน็ตปัจจุบันอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราหลาย ๆ ด้านทั้งการศึกษา พาณิชย์ ธุรกรรม วรรณกรรม และอื่น ๆ อินเทอร์เน็ตได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับงานไอที ทำให้เกิดช่องทางใน

การเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็ว ช่วยในการตัดสินใจและบริหารงานทั้งระดับบุคคล และองค์กร

ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้า หรือ ISP (Internet Service Providers) ถือเป็นผู้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งของอินเทอร์เน็ต ISP เป็นผู้บริหารจัดการคอมพิวเตอร์เครื่องหลักที่ใช้ต่อเชื่อมอินเทอร์เน็ตซึ่งเรียกกันว่า เซิร์ฟเวอร์ (Servers) ที่ถือเป็นจุดผ่านเข้าสู่อินเทอร์เน็ตสำหรับผู้ใช้บริการทั้งหลาย ISP ให้บริการต่อสาย (Dial-up Access) เข้าไปสู่อินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงกลุ่มข่าว (Newsgroups) อีเมล์หรือ ห้องสนทนา (Chat) ได้ผู้ใช้บริการสามารถบันทึกข้อมูลแบบ อัพโหลด หรือดาวน์โหลด โดยวิธีการต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต และISP ยังเป็นผู้ให้บริการกลไกสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลเหล่านี้ หากมีใครต้องการสร้างเว็บไซต์ของตนเอง ISP จะเป็นผู้จัดสรรเนื้อที่และให้ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ตเพื่อช่วยให้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ค้นหาข้อมูลได้อย่างถูกต้อง เมื่อมีคนขอผ่านเข้าไปดู ISP จะเป็นผู้กำหนดหมายเลขที่อยู่ไอพี (IP - Internet Protocol) ให้แก่คอมพิวเตอร์ แต่ละเครื่องที่ใช้บริการที่อยู่ไอพี (IP Address) นี้คือ หมายเลขประจำตัวของเครื่องคอมพิวเตอร์หนึ่งๆที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และเป็นตัวบอกเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นๆว่าจะค้นหาคอมพิวเตอร์เครื่องนี้ได้ที่ไหน ISP มีระบบเก็บบันทึก IP Address และชื่อที่อยู่ของสมาชิกที่ใช้บริการ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญของผู้ใช้บริการ แต่อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่นิยมจ่ายค่าบริการโดยบัตรเครดิตหรือให้ส่งใบเสร็จรับเงินไปตามที่อยู่บ้านซึ่งทำให้ทราบหลักฐานของผู้ใช้บริการ แต่มีหลายครั้งที่ผู้ใช้บริการจำนวนมากก็ใช้ระบบการจ่ายล่วงหน้า หรือหลายคนใช้การส่งตั๋วแลกเงินหรือใช้การส่งเอกสารผ่านที่อยู่ทางตู้ไปรษณีย์ ทำให้ไม่สามารถสืบค้นหลักฐานของผู้ใช้บริการได้

สำหรับผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประชากรอยู่อาศัยอย่างหนาแน่น และเป็นศูนย์รวมของการทำธุรกิจของประเทศ การใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้าหรือ ISP (Internet Service Providers)ในพื้นที่จึงมีจำนวนมากถึง 4,200,000 ราย(บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน), 2563) สำหรับบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัดคือ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่ให้บริการอินเตอร์เน็ตเพื่อการค้าหรือ ISP (Internet Service Provider) มีผู้ใช้บริการจำนวน 21,121 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.5% ของผู้รับบริการทางอินเตอร์เน็ตทั้งหมดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยในเขตพื้นที่ที่ทำการสำรวจวิจัยคือทางโซนเหนือล่างของทางกรุงเทพมหานคร (จตุจักร ดินแดง ห้วยขวาง) มีผู้ใช้บริการจำนวน 310 ราย

อย่างไรก็ตาม การให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด เป็นหน่วยงานที่บริการให้เชื่อมต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล หรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัทเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั่วโลก เสมือนเป็นตัวแทนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ถ้าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต้องการข้อมูลต่าง ๆ ก็สามารถติดต่อผ่าน ISP ได้ทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมงโดยการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วไป หลักการพิจารณา ISP นั้นผู้เลือกใช้บริการจำเป็นต้องศึกษาว่า ISP นั้นมีสายสัญญาณหลักที่เร็วหรือมีประสิทธิภาพสูงมากเพียงใด มีสมาชิกใช้บริการมากน้อยขนาดไหน เพราะปัจจัยต่างๆ

เหล่านี้จะมีผลต่อความเร็วในการใช้อินเทอร์เน็ตด้วย

ซึ่งหากพิจารณาถึงแนวทางประเมินคุณภาพการบริการจากการศึกษาของ Parasuraman (1988) ที่ได้กำหนดมิติสำหรับการประเมินคุณภาพการบริการของเครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL จำนวน 5 มิติ ต่อมา Parasuraman et al. ได้นำหลักของแบบประเมินคุณภาพของการให้บริการ (SERVQUAL) มาประยุกต์ใช้ใหม่เพื่อให้เข้ากับบริบทของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และได้พัฒนาเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการเว็บไซต์ขึ้นใหม่ให้มี 7 องค์ประกอบ และแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ ชุดแรก ได้แก่ E-S-QUAL เป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพของการใช้งาน (Efficiency) หมายถึง การใช้งานง่ายความรวดเร็วในการเข้าถึงขอมูลภายในเว็บไซต์ ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) หมายถึง ความสามารถในการทำงาน ให้ได้ตามเป้าหมายที่ตกลงไว้ ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง ระดับความปลอดภัยและการปกป้อง ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า และ ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) ซึ่งได้กำหนดความหมายของความพร้อมของระบบไว้ว่า คือ การที่ระบบงานใช้งานมีเสถียรภาพในการใช้งานสามารถตอบสนอง การใช้งานได้ตลอดเวลาที่ผู้ใช้งานต้องการใช้งาน ส่วนชุดที่สอง ได้แก่ E-Rec S-QUAL เป็นการวัดคุณภาพการบริการหลังการขาย 3 องค์ประกอบ คือ ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ด้านการชดเชยลูกค้าเมื่อเกิดความเสียหาย (Compensation) ด้านการติดต่อ (Contact) หลังการขาย

ดังนั้น จากที่กล่าวมาถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาเกี่ยวกับบริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)ข้างต้นผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต หรือ Internet Service Provider (ISP)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับคุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)ในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา คุณภาพการบริการของลูกค้าที่ใช้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาคุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือ Internet Service Provider (ISP) ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)ในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง (จตุจักร ห้วยขวาง ดินแดง) 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ด้านคุณภาพในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต และด้านความปลอดภัยในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต

ขอบเขตด้านประชากร ศึกษาประชากรที่เป็นประชาชนที่ที่ใช้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง

ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาทำการวิจัยตั้งแต่พฤศจิกายน 2563-เมษายน 2564

ขอบเขตด้านพื้นที่ เป็นการศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครโซนเหนือ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1.ทราบถึงระดับคุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)ในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง

2. ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง

3. ผลการวิจัยนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและเสริมสร้างคุณภาพการให้บริการเพื่อส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจและการตัดสินใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ใช้บริการ หมายถึง ประชาชนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)ในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง (จตุจักร ห้วยขวาง ดินแดง)

ผู้ให้บริการ หมายถึง บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงพนักงาน และบุคลากรที่เกี่ยวข้องที่ทำหน้าที่

คุณภาพการบริการ หมายถึง การรับรู้ของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพการ บริการ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ด้านคุณภาพในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต และด้านความปลอดภัยในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต

ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติด้านบวก ระดับความรู้สึกยินดีและเป็นสุขของผู้ใช้บริการ เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการจากการใช้บริการอินเตอร์เน็ตของผู้ให้บริการแต่ละรายในเขตกรุงเทพฯ

การตัดสินใจ หมายถึง ขบวนการในการเลือก ทางเลือกในการปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ซึ่งในปัจจุบันทุกองค์กรต่างก็ต้องทำการตัดสินใจทั้งสิ้น โดยในการดำเนินงานภายในองค์กรต่างก็ต้องเผชิญปัญหาต่าง ๆ มากมาย ในการแก้ปัญหาเหล่านั้นต้อง คำนึงถึงความเป็นไปได้ และตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในการแก้ปัญหานั้นอาจมีวิธีที่เป็นไปได้ หลายทาง จึงจำเป็นต้องทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกในการแก้ปัญหาที่เหมาะสม หรือเพื่อให้เป็น ไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ได้วางไว้มากที่สุด

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ “คุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)ในเขตกรุงเทพมหานคร” แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2550) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง ปฏิกิริยาหรือการกระทำที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายหนึ่ง โดยเป็นสิ่งจับต้องไม่ได้และไม่ทำให้เกิดมีความเป็นเจ้าของแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องสามารถ ตอบสนองความต้องการของการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2550) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ การปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยสิ่งที่เสนอให้นั้นเป็นการกระทำ หรือการปฏิบัติการ ซึ่งผู้รับบริการไม่สามารถนำไปครอบครองได้

เบญชภา แจ้งเวชฉาย (2559) กล่าวโดยสรุป คุณภาพการบริการ หมายถึง การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เป็นหนทางหนึ่งที่ ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จท่ามกลางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อธุรกิจที่ให้บริการมีรูปแบบ การให้บริการที่คล้ายคลึงกันและตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ดังนั้นการเน้นคุณภาพการบริการจึงเป็นวิธีที่ จะสร้างความแตกต่างให้องค์กรได้และความแตกต่างนี้จะนำมาซึ่งการเพิ่มพูนของผู้บริโภค

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2553) คุณภาพในงานบริการ กล่าวว่า การมองถึงคุณภาพของบริการยุคใหม่ จะมองถึงการส่งมอบความประทับใจจากสัมผัสบริการ มากกว่าจำนวนบริการ หรือจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) กล่าวถึง คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้านดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์ต่างๆ ที่จัดเตรียมไว้รองรับลูกค้าหรือผู้รับบริการดูสวยงาม ทันสมัยบุคลากรมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ผู้ให้บริการต้องแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามที่สัญญาไว้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้ามีความผิดพลาดน้อยที่สุดหรือไม่เกิดขึ้นเลย

3. การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ผู้ให้บริการหรือบุคลากรด้านบริการมีความตั้งใจที่แสดงออกถึงความพร้อมยินดีให้บริการเสมอและรวดเร็วเมื่อลูกค้าเข้ามาติดต่อเข้ารับบริการ

4. การสร้างความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เข้ามารับบริการเมื่อลูกค้ามาหรือผู้รับบริการมาติดต่อมีความสุภาพอ่อนน้อม และมีความรู้ความเชี่ยวชาญในงานบริการเป็นอย่างดี

5. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การให้ความสนใจและเข้าใจในความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างเอาใจใส่และให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ของลูกค้าหรือผู้รับบริการเป็นสำคัญ

Kotler (1994) กล่าวว่า การบริการ หมายถึงกิจกรรมใด ๆ หรือการปฏิบัติที่กลุ่ม หรือคณะใดคณะหนึ่ง สามารถเสนอสิ่งสำคัญที่มองไม่เห็นเป็นตัวเป็นตน และไม่มีผลในการเป็น เจ้าของผลผลิตของบริการอาจเป็นหรือไม่เป็นผลิตภัณฑ์ก็ได้

ณธาร สติวรรธน์ (2559) ได้ให้นิยามของบริการ หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกหรือการอำนวยความสะดวกซึ่งองค์กรจัดไว้เพื่อนำเสนอแก่ลูกค้า การนำเสนอความสะดวกแก่ลูกค้านั้น องค์กรมีวัตถุประสงค์อยู่ 2 ระดับ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขันได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพการบริการมีผู้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่ต้องการศึกษา

การบริการ (Service) คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุขและความสะดวกสบาย หรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตัวเองไม่สามารถจับต้องได้ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรม และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรีเปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวก

รวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค หลักในการ ให้บริการนั้น ต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ โดยดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน ทั้งยังให้ความสะดวกสบายไม่สิ้นเปลืองทรัพยากรและไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากจนเกินไป (กุลธน ธนาพงศธร, 2541)

สุนันทา ทวีผล (2550) ให้ความหมายคำว่าการบริการตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า "Service" โดยกล่าวว่า การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับการใช้ บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วย วิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือจัดได้ว่าเป็นการให้บริการ ทั้งสิ้นการจัดอำนวยความสะดวกก็เป็นการให้บริการ การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ก็เป็นการให้บริการ การให้บริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญ คือ เป็นการช่วยเหลือและอำนวยประโยชน์ให้แก่ผู้ใช้บริการ

องค์ประกอบของงานบริการ

Gothberg (1979) ได้ให้ความเห็นว่างานบริการต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ

1. คุณภาพของทรัพยากร ต้องเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ 2. คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความรอบรู้ ในงานบริการนั้นเป็นอย่างดี 3.ก า ร สื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการ การใช้ภาษา สัญลักษณ์ ต้องสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจกันได้เป็นอย่างดีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

ได้มีผู้ให้ความหมายของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการไว้ ดังนี้

Katz and Danet (1973, pp. 15-19) ได้ศึกษาถึงสัมพันธภาพระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อม หมายถึงลักษณะทางวัฒนธรรม หรือธรรมเนียมปฏิบัติทั่วไปที่ประกอบกันขึ้นเป็นสภาพแวดล้อมของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการและผู้รับบริการ 2. องค์ประกอบภายในองค์การ หมายถึง ลักษณะที่เกิดขึ้นภายในองค์การเอง เช่น เป้าหมายขององค์การกฎระเบียบคำสั่ง แนวทางในการปฏิบัติงานระดับของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ การบังคับบัญชา เป็นต้น 3. องค์ประกอบของสถานการณ์ หมายถึง สถานการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างมีการติดต่อปฏิสัมพันธ์กัน เช่น ช่วงเวลาที่พบปะ สภาพของสถานที่ ความสนิทสนมใกล้ชิดกันเป็นส่วนตัวสภาพที่เกิดขึ้นขณะให้บริการ

สรุปได้ว่า การให้บริการ หมายถึง การปฏิบัติ ต่อลูกค้า รวมถึงการจัดกิจกรรมในการให้บริการที่จะสนองความต้องการของลูกค้าหรือบุคคลในด้านต่ าง ๆ และเน้นการจัดเพื่อให้ ลูกค้าหรือบุคคลที่มาขอรับบริการเกิดความพึงพอใจในบริการที่มาติดต่อ การบริการที่ดีต้องอาศัยองค์ประกอบ ตั้งแต่บุคคล สถานที่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความถูกต้องในการให้บริการ ซึ่งในความหมายของการบริการในงานวิจัยนี้ ลูกค้าหมายถึงลูกค้าของธนาคารหรือบุคคล ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการให้บริการ ซึ่งจะต้องให้ความสำคัญและเน้นการจัดการด้านกระบวนการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าหรือบุคคลที่มาขอรับบริการเกิดความพึงพอใจ ในบริการที่มาติดต่อ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรและบอกต่อการบริการที่ดีเมื่อลูกค้าหรือบุคคลได้รับบริการที่ดีจะนำมาซึ่งลูกค้าหรือบุคคลที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธนาคารมีรายได้เพิ่มมากขึ้นและได้รับตอบแทนที่คุ้มค่ากลับมาให้กับผู้ให้บริการและองค์กรในที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

ความหมายของคุณภาพการบริการ

ลักษมี สารบรรณ (2551) กล่าวว่า คุณภาพ หมายถึง ความเหมาะสมกับการใช้งาน การเป็นไปตามความต้องการหรือสอดคล้องกับข้อกำหนด คุณภาพ ของการออกแบบและความสอดคล้องในการดำเนินงาน ที่จะนำมาซึ่งความภาคภูมิใจแก่เจ้าของ ผลงาน การประหยัดที่สุด มีประโยชน์ในการใช้งานสูงสุด และสร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้าออย่างสม่ำ สิ่งที่ดีที่สุดสำหรับสำหรับเงื่อนไขด้านการใช้งาน และราคาของ ลูกค้า

Lewis and Bloom (1983) ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการให้บริการว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึง ระดับของ

การบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการวาสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ จึงหมายถึงการตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล (2554) ได้ให้นิยามของคุณภาพ หมายถึงสิ่งที่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้านั้นหมายความว่า หากเราสามารถบริการได้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า แสดงว่าเรา มีบริการที่ดีเช่นเดียวกัน หากเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เขาจะบอกว่าเรา บริการไม่ดีในสากลความต้องการของลูกค้าแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) ความจำเป็น (Need) คือ สิ่งที่เป็นพื้นฐานที่ลูกค้าต้องการได้รับ เช่น เข้าไปในร้านอาหารก็มีความจำเป็นเรื่องรสชาติต้องอร่อย หรือไปพบแพทย์มีความจำเป็น คือ เข้าไปรักษาแล้วต้องหายป่วย 2) ความคาดหวัง (Expectation) คือ สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังเพิ่มเติม เมื่อเข้าไปรับบริการรับบริการ เช่น ความรวดเร็ว มีบรรยากาศดีบริการมีใจบริการ ดูแลเอาใจใส่ดีมีความกระตือรือร้น มีขั้นตอนไม่มาก ไม่ต้องเดินติดต่อหลายจุด

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การประเมินหรือการลงความเห็นเกี่ยวกับความดีเลิศของการให้บริการโดยรวมเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบของผู้บริโภคระหวางความคาดหวังของพวกเขาเกี่ยวกบคุณภาพบริการและการที่พวก เขาได้รับจริง

พลฤทธิ์ จิระเสวี (2550) คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การส่งมอบการบริการที่ดีมีความเหมาะสมทั้ง เวลา สถานที่ รูปแบบลักษณะทางจิตวิทยา โดยใช้แรงงานมนุษย์เพื่อสนอง ความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการ ใช้บริการมีความประทับใจในด้านบวกอยากกลับมาใช้บริการอีกและมีการบอกต่อไปยังผู้อื่นทางที่ดี

พิมล เมฆสวัสดิ์ (2550) ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง การส่งมอบบริการที่ดีเหมาะสมทั้งเวลา สถานที่ รูปแบบ ลักษณะทางจิตวิทยาโดยใช้แรงงานมนุษย์เพื่อ สนองตอบความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ สูงสุดจากการใช้บริการมีความประทับใจด้านบวก และอยากกลับใช้บริการอีก รวมทั้งอยากบอก ต่อไปถึงผู้อื่นในทางที่ดี ซึ่งส่งผลกระทบด้านบวกต่อภาพลักษณ์ของบริการที่ดีด้วย

โดยสรุป คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เป็นหนทางหนึ่ง ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จท่ามกลางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อธุรกิจที่ให้บริการ มีรูปแบบการให้บริการที่คล้ายคลึงกันและตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ดังนั้นการเน้นคุณภาพการบริการจึงเป็นวิธีที่จะสร้างความแตกต่างให้องค์กรได้ ซึ่งคุณภาพของการบริการ นั้นมักจะผันแปรและเปลี่ยนแปลงได้อยู่เสมอตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าที่เปลี่ยนไป ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องวัดระดับคุณภาพของการบริการของเราอยู่ตลอดเวลา

สำหรับการศึกษาครั้งนี้ คุณภาพการให้บริการ หมายถึง คุณลักษณะ หรือคุณสมบัติโดยรวมของการบริการของบริการอินเตอร์เน็ตของ บริษัท กสทโทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ที่ให้บริการกับประชาชน ในลักษณะที่สร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับผู้รับบริการ

ลักษณะของคุณภาพการบริการ

ลักษณะจำเพาะทางคุณภาพของบริการจากงานวิจัยของ Parasuraman and et al.(1985) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพของงานบริการเพื่อค้นคว้าว่าปัจจัยอะไรที่จัดว่าเป็นตัวตัดสินระดับคุณภาพของบริการ ในสายตาของผู้ใช้บริการโดยสรุปว่า มีปัจจัยที่มักอ้างอิงถึงอยู่ 10 ปัจจัย คือ 1. Reliability หรือความเชื่อถือได้ในคุณลักษณะหรือมาตรฐานการให้บริการ 2. Responsiveness หรือความตอบสนอง/ การสนองตอบต่อความต้องการหรือความรู้สึกของลูกค้า 3. Competence หรือความสามารถ/ สมรรถนะในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสม และเชี่ยวชาญรู้จริง (มือถือ) 4. Access หรือการเข้าถึงง่าย การใช้บริการได้อย่างไม่ยุ่งยาก 5. Courtesy หรือความสุภาพ เคารพนบนอบความอ่อนน้อมให้เกียรติและมีมารยาทที่ดีของบริการ 6. Communication หรือความสามารถและสมบูรณ์ในการสื่อความและสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าทราบเข้าใจและได้รับคำตอบในข้อสงสัย หรือความไม่เข้าใจต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด 7. Creditability หรือความเชื่อถือได้ ความมีเครดิตของผู้ให้บริการ 8.

Security หรือความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นสบายใจของลูกค้าในขณะใช้บริการ 9. Customer understanding หรือความเข้าอกเข้าใจในลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน 10. Tangibles หรือ ส่วนที่สัมผัสได้ และรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ

สมิต สัชฌุกร (2550) กล่าวถึงลักษณะของการบริการที่ดี ไว้ว่า ธุรกิจหลายแห่งประสบความสำเร็จในการให้บริการ เพราะผู้บริหารมีหลักการให้บริการกำหนดไว้เป็นกรอบหรือแนวทางปฏิบัติของพนักงานเพื่อให้พนักงานยึดถือเป็นนโยบาย การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพอุปนิสัยและอารมณ์แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลและแต่ละสถานการณ์จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตามการบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้1. ทำด้วยความเต็มใจ 2. ทำด้วยความรวดเร็ว 3. ทำถูกต้อง 4. ทำอย่างเท่าเทียมกัน 5. ทำให้เกิดความชื่นใจ

ลักษณะต่าง ๆ ของบริการที่ดีเป็นลักษณะพื้นฐานที่ส่งเสริมให้เกิดบริการที่ดีได้ยิ่งขึ้นอีก เช่น การแสดงอัธยาศัยที่ดีของผู้ให้บริการ ความสุภาพน่ารัก และความเอาใจใส่ติดตามเรื่องการช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ความซื่อสัตย์ สุจริต การให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ เป็นต้น

Kotler (1997) กล่าวว่าลักษณะของคุณภาพการบริการที่สำคัญประกอบด้วย ลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ

1) การไม่สามารถถูกจับต้องได้ (Intangibility) เนื่องจากเป็นผลของการปฏิบัติผู้รับบริการ จะจับเอาเฉพาะส่วนที่จำเพาะเจาะจงตรงกบอัธยาศัย เก็บความทรงจำไว้ในรูปแบบประสบการณ์ทำให้ไม่สามารถเก็บบริการที่ไม่ได้ใช้ภายหลังไม่สามารถจดทะเบียนลิขสิทธิ์ไว้ยากที่จะแสดงผลลัพธ์ออกมาในรูปแบบของผลงาน ซึ่งผู้ให้บริการจำต้องมีการเตรียมสิ่งต่างๆ เพื่อให้การประเมินคุณภาพ การบริการอยู่ในเกณฑ์ที่ผู้บริการพอใจ และตัดสินในรับบริการ เช่น (1) สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและมีการอำนวยแก่ผู้มารับ บริการมีความสะอาดสวยงาม ที่นั่งเพียงพอบรรยากาศดี ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (2) บุคคล ผู้ให้บริการต้องมีความสุภาพ มีบุคลิกดี ใช้คำพูดได้เหมาะสม มีความเต็มใจ และกระตือรือร้นที่จะให้บริการ (3) การติดต่อสื่อสาร ผู้ให้บริการต้องจัดระบบติดต่อสื่อสารและ การประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ สามารถติดต่อได้ง่ายโดยเฉพาะในกรณีเร่งด่วน (4) สัญลักษณ์ ควรมีการสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกบบริการที่เสนอ เช่น มีป้ายชี้บอกสถานที่ต่างๆ ชัดเจน (5) ราคา มีการกำหนดราคาการให้บริการที่เหมาะสมกับระดับการให้บริการ

2) การไม่สามารถถูกแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) เนื่องจากการบริการจะต้องเกิดปฏิสัมพันธ์กนระหว่างผู้ให้และผู้บริการทันทีทำให้ (1) บริโภคต้องบริโภคผลผลิตของการบริการทันที (2) อาจมีผู้บริโภคอื่นร่วมบริโภคผลผลิตของการบริการนั้นในเวลาเดียวกัน เช่น การดูภาพยนตร์ (3) สามารถนำการบริการมารวมผลิตจากแหล่งเดียวมากๆ เหมือนเช่นใน อุตสาหกรรมการผลิตทำให้การขยายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องเวลา (4) ทั้งผู้ให้และผู้รับบริการต่างมีผลต่อการเกิดการบริการ ผู้รับบริการต้องปรากฏให้ผู้ให้บริการเห็นจึงจะเกิดการบริการ

3) ความไม่คงเส้นคงวา (Heterogeneity) การบริการมีความแตกต่างกันในผลการปฏิบัติ ในแต่ละครั้งที่บริการ ทำให้ยากแก่การกำหนดเป็นมาตรฐาน หรือควบคุมคุณภาพ คุณภาพของการบริการเปลี่ยนแปลงไม่เปลี่ยนผู้ให้บริการ หรือเปลี่ยนเวลา สถานที่ สิ่งแวดล้อม ทำให้ความสม่ำเสมอ (Consistency) เกิดได้ลำบาก เช่น การมารับการตรวจแพทย์คนเดียว ความเข้าใจและความพอใจของผู้รับบริการแต่ละคนก็มีความแตกต่างกัน หรือไม่ผู้รับบริการคนเดียวกับการมารับบริการต่างครั้งกันความพอใจแต่ละครั้งก็ต่างกัน

4) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) การบริการจะสูญเสียประโยชน์ถ้าไม่มีผู้มาใช้ บริการทำให้มีการวางแผนที่ลำบาก อาจเกิดปัญหาการบริการไม่ทันในช่วงที่มีผู้มารับบริการมาก และในทางกลับกันพนักงานกลับว่างงานในช่วงที่มีผู้มารับบริการน้อย

สรุป ลักษณะของคุณภาพการบริการเปรียบเทียบกับความต้องการของผู้ใช้บริการ คือการรับรู้ของนักศึกษา ซึ่งนักศึกษาจะทำการประเมินคุณภาพบริการ โดยทำการเปรียบเทียบความต้องการหรือความคาดหวังกับการบริการที่ได้รับจริง

และการที่ฟิตเนสให้ความช่วยเหลือและบริการนักศึกษา จะได้รับชื่อเสียงจากคุณภาพบริการนั้นก็ต้องมีการบริการอย่างคงที่อยู่ ในระดับการรับรู้ของผู้ใช้บริการหรือมากกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

องค์ประกอบของคุณภาพบริการ

ในสภาพความเป็นจริงที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน แม้ประเทศไทยจะเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศว่าประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจบริการ เช่น ธุรกิจโรงแรมหรือ ธุรกิจการท่องเที่ยวแต่คุณภาพการให้บริการประชาชนในหน่วยงานภาครัฐหลายแห่งยังมีปัญหายังไม่เป็นที่น่าพอใจอีกมาก ไม่ใช่เป็นเรื่องของการขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ หรือขาดบุคลากร ที่แตกต่างกันมากก็คือ พฤติกรรมการบริการนั่นเองปกติแล้วคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ ความรู้ คือ ความรู้จริงถูกต้องแม่นยำในงาน ความรู้สึก คือ ความรู้สึกที่ดีในขณะที่ให้บริการ และประสบการณ์ คือ ความเจนจัดชำนาญในงาน

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ได้ศึกษาและพบว่าคุณภาพของการบริการที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดประสบการณ์แห่งความสุขและความพึงพอใจในทุกจุดสัมผัสบริการ ประกอบด้วย 1. ความมีตัวตน หรือรูปลักษณ์ทางกายภาพของการบริการที่ดี เช่นในโรงแรม จะต้องมีส่วนต้อนรับ มีตกแต่งอย่างมีรสนิยมและสะอาดหรือในสายการบินจะต้องมีที่สั่งของผู้โดยสารสามารถเลือกชมภาพยนตร์ ฟังเพลง หรือเล่นเกม ตามความต้องการของตนเองได้ เป็นต้น 2. ความไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถของหน่วยงานบริการและผู้ ปฏิบัติงานให้บริการที่จะส่งมอบการบริการได้ตรงตามเวลา และให้บริการได้ครบถ้วนและเป็นไปตามที่ได้ตกลงกันไว้ 3. ความเชื่อถือได้ หมายถึง ความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในงานของหน่วยงานบริการและผู้ ปฏิบัติงานให้บริการที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าคุ้มค่ากับเงินและเวลาที่ใช้ไป และเกิดความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของการบริการ 4. การตอบสนองที่ทันใจ หมายถึง ความพร้อมหน่วยงานบริการ และผู้ปฏิบัติงานให้บริการที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้ทันทีที่เขาต้องการโดยไม่ปล่อยให้ต้องรอนาน 5. ความเอื้ออาทร หรือความเอาใจใส่ หมายถึง ความเอื้ออาทรหรือความเอาใจใส่ที่หน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการมีต่อผู้รับบริการ เช่น โรงแรมมีบริการปลุกให้กับผู้ รับบริการ หรือมัคคุเทศก์จัดกิจกรรมนันทนาการในระหว่างการเดินทางบนรถเพื่อให้นักท่องเที่ยวสนุกสนานตลอดการเดินทาง หรือการที่หน่วยงานบริการสามารถเสนอการบริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดบริการเดียว ที่เรียกว่า One Stop Service ให้กับผู้รับบริการ เพื่อช่วยให้ผู้รับบริการประหยัดเวลาและลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อ เป็นต้น

Millete (1954) ได้กล่าวถึงเป้าหมายในการให้บริการไว้ว่า คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการโดยผู้ให้บริการจะต้องยึดหลักการของการให้บริการ ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equity Service) หมายถึง การให้บริการที่ยุติธรรมเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ผู้รับบริการได้รับการปฏิบัติโดยใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการรวดเร็วตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง การให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วนและถูกต้องตรงต่อเวลา

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง ความเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร บริการ และวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ มีความพร้อมและเตรียมตัวให้บริการอยู่เสมอ ไม่ ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการที่มีการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เกณฑ์การวัดคุณภาพบริการ

Buzzle and Gale (1985:)ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

1) คุณภาพการให้บริการ จะถูกกำหนดโดยลูกค้าหรือผู้บริการ ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะ เป็นผู้พิจารณาว่าอะไรที่เรียกว่าคุณภาพ โดยไม่ได้ใส่ใจว่ากระบวนการทำให้บริการเกิดขึ้นนั้นอย่างไร อย่างไรก็ดีลูกค้าหรือผู้รับบริการแต่ละคนย่อมมีมุมมองในเรื่องคุณภาพที่อาจแตกต่างกันไปบ้าง

2) คุณภาพให้บริการ เป็นสิ่งที่องค์การจะต้องค้นหาอยู่ตลอดเวลาไม่มีจุดสิ้นสุด โดยที่เราไม่สามารถกำหนดคุณภาพการให้บริการให้เป็นโดยเจาะจง หรือเป็นสูตรสำเร็จตายตัวได้ การ ให้บริการที่ดีมีคุณภาพจึงต้องทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอทั้งในช่วงเวลาที่กิจการดำเนินไปได้ด้วยดี หรือไม่ดีก็ตาม

3) คุณภาพการให้บริการ จะเกิดขึ้นได้ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ปฏิบัติงานในส่วนใด การควบคุมคุณภาพของการปฏิบัติงานของแต่ละคนเป็นเรื่องที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการให้บริการที่มีคุณภาพได้ สิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องได้รับคือการปลูกฝัง จิตสำนึกความรับผิดชอบต่อการให้บริการ และการนำเสนอบริการที่มีคุณภาพอยู่เสมอทั้งต่อเพื่อนร่วมงานและลูกค้าหรือผู้รับบริการ

4) คุณภาพการให้บริการ การบริหารการบริการ และการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่ไม่อาจ แยกออกจากกนได้ ในการนำเสนอการให้บริการที่มีคุณภาพนั้น ผู้ปฏิบัติงานให้บริการจะเป็นต้องมีความรู้และเข้าใจคำติชมผลงาน ซึ่งให้การนี้ผู้บริการต้องเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานบริการด้วยความจริงใจและสร้างสรรค์ภายใต้ความมุ่งหวังให้บริการที่ออกมามีคุณภาพดี

5) คุณภาพการให้บริการจะต้องอยู่บนพื้นฐานความเป็นธรรม

6) คุณภาพการให้บริการจะดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของการบริการภายใน องค์การที่เน้นความเป็นธรรมและคุณค่าของคนโดยองค์การที่ให้บริการที่สามารถปฏิบัติต่อลูกค้า และบุคลากรขององค์การได้อย่างเท่าเทียมกันสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการให้บริการอย่างแท้จริง

7) คุณภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับความพร้อมในการให้บริการ แม้ว่าคุณภาพการ ให้บริการจะไม่สามารถหรือยากที่จะกำหนดตายตัวลงไป แต่การวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมของ การบริการไว้ล่วงหน้า รวมทั้งการเรียนรู้ในส่งที่เป็นความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าหรือ ผู้รับบริการย่อมก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพที่ดี

8) คุณภาพการให้บริการ หมายถึงการรักษาคำมันสัญญาว่าองค์การจะให้บริการลูกค้า หรือผู้รับบริการได้อย่างที่เป็นตามความคาดหวัง และเป็นไปตามเงื่อนไขที่ผู้ปฏิบัติงานให้บริการ

Steve and Cook (1995) การเลือกใช้บริการของผู้รับบริการโดยส่วนใหญ่นอกจากจะคำนึงถึงภาพลักษณ์ขององค์การและความต้องการส่วนบุคคลแล้ว คุณภาพให้บริการของหน่วยงาน หรือองค์การที่ให้บริการยังสามารถพิจารณาได้จากเกณฑ์ 9 ประการ ดังนี้ 1) การเข้าถึงบริการได้ทันทีตามความต้องการของผู้ให้บริการ 2) ความสะดวกของทำเลที่ตั้งในการเข้ารับบริการ 3) ความน่าเชื่อถือไว้วางในของการให้บริการ 4) การให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการแต่ละคน 5) ราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับลักษณะของงานบริการ 6) คุณภาพการให้บริการทั้งในระหว่างเข้ารับบริการและภายหลังการเข้ารับบริการ 7) ชื่อเสียงของบริการที่ได้รับรวมถึงการยกยองชมเชยในบริการ
8) ความปลอดภัยในการให้บริการจากผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ 9) ความรวดเร็วในการให้บริการ

Zeithaml and Bitner (2000) ได้แบ่งปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบที่ผู้รับบริการจะใช้วัดคุณภาพการส่งมอบบริการของผู้ให้บริการไว้ทั้งหมด 5 ข้อ

1) สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) หมายถึง สภาพแวดล้อมทั่วไป ณ บริเวณสถานที่ที่การส่งมอบบริการนั้น ๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่ง บรรยากาศ ที่จอดรถ ของสถานที่นั้นๆ ยังรวมไป ถึงการแต่งกาย และบุคลิกภาพของพนักงานที่ทำการส่งมอบบริการนั้นด้วย

2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ผู้รับบริการมีความเชื่อถือ และไว้วางใจผู้ให้บริการว่าสามารถที่จะการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ซึ่งความ น่าเชื่อถือและไว้วางใจของผู้ให้บริการแต่ละคนย่อมไม่เท่ากัน ซึ่งวัดได้จากประสบการณ์ที่เคยทดลองใช้บริการหรืออาจวัดจากความรู้สึกที่สัมพันธ์ได้ครั้งแรกของผู้รับบริการ

3) ความรวดเร็ว (Responsiveness) หมายถึง ช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ความรวดเร็วคือความตั้งใจที่จะบริการโดยที่ผู้ให้บริการบริการอย่างกระตือรือร้น ซึ่งส่วนใหญ่การบริการที่

รวดเร็วมาจากความพร้อมของพนักงาน และกระบวนการบริหาร การบริการจากภายในองค์กร

4) การรับประกัน (Assurance) หมายถึง การที่สถานบริการนั้นมีหลักประกันว่าสามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพแก่ผู้รับบริการได้ โดยพนักงานมีความรู้ ความสามารถ ไม่ก้าวร้าว และยังรวมถึงมาตรฐานต่างๆ ของสถานที่บริการ การรับประกันผู้รับบริการอาจจะวัด คุณภาพจากรางวัลต่าง ๆ ที่ทางผู้ให้บริการเคยได้รับ อย่างเช่น TAXI ในอนาคตผู้ขับจะต้องมี ประสบการณ์ขับรถอย่างน้อย 5 ปี และต้องมีใบอนุญาตขับขี่ ถือเป็นการรับประกันอย่างหนึ่ง ผู้รับบริการจะรู้สึกถึงความปลอดภัย

5) การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) หมายถึง การที่ผู้รับบริการต้องการได้รับความรู้สึกตนนั้นมีความสำคัญในสถานบริการ และผู้ให้บริการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างตั้งอกตั้งใจ สามารถบริการแก้ปัญหาต่างๆให้แก่ผู้บริการได้เป็นรายบุคคล และมีการสื่อสารกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญควรเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการแต่ละคนเท่าๆ กัน

Zeithaml and Bitner (2003) ยังได้อธิบายถึงปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1) ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) ลักษณะที่ปรากฏให้เห็นหรือสิ่งที่จับต้องได้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคคล 2) ความเชื่อถือได้ (Reliability) ความสามารถที่จะแสดงผลงานและให้บริการที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพและถูกต้องแม่นยำ

3) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการ ผู้ใช้หรือลูกค้าอย่างทันท่วงที

4) ความไว้วางใจได้ (Assurance) ความรู้และมนุษย์สัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่แสดงออกทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ (เป็นการรวมปัจจัยด้านความสามารถ ความมีมารยาท ความน่าศรัทธา และความปลอดภัย เข้าด้วยกัน)

5) ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) การดูแลเอาใจใส่และความสนใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ เป็นการรวมปัจจัยด้านการเข้าถึงบริการ การสื่อสาร และความเข้าใจเข้าด้วยกัน

Peter and Donnelly (2004) ได้เสนอแนะว่า เมื่อคุณภาพ คือการให้บริการได้ตรง ตามความต้องการของลูกค้า หรือตรงตามที่ลูกค้าคาดหวังซึ่งโดยธรรมชาติของงานบริการลูกค้าไม่ สามารถจับต้องได้ ทำให้มีความลำบากในการประเมินคุณภาพของบริการก่อนการซื้อ คุณภาพ บริการจะเกิดขึ้นกับขบวนการเปรียบเทียบในจิตใจลูกค้าระหว่างกระบวนการให้บริการ และผลผลิตที่ลูกค้าคาดหวังจากกระบวนการให้บริการ และผลผลิตที่ลูกค้าได้รับจริงจากการใช้บริการ เกณฑ์ที่ลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพบริการ 5 ปัจจัย มีดังนี้

1) การบริการที่เป็นรูปธรรม ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถ จับต้องได้ เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ การแต่งตัวเครื่องแบบของพนักงาน การตกแต่งสถานที่ เป็นต้น

2) ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพบริการ ความสามารถในการให้บริการได้ตามที่ได้สัญญาไว้กับลูกค้าอย่างน่าเชื่อถือ ถูกต้อง และสม่ำเสมอ

3) การตอบสนองต่อลูกค้า ความเต็มใจตั้งใจ ตื่นตัว ที่จะให้ความช่วยเหลือลูกค้า ให้บริการอย่างทันทีทันใด และรวดเร็ว

4) ความมั่นใจได้ในบริการ พนักงานให้บริการต้องมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ ความซื่อสัตย์ ความสุภาพ ความเป็นมืออาชีพ ต้องสื่อสารออกมาให้ลูกค้า เกิดความเชื่อถือ มีความมั่นใจไว้วางใจในการใช้บริการ

5) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ การดูแลเอาใจใส่ ให้ความสนใจรับฟังปัญหาและเข้าใจความต้องการของลูกค้า

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) ได้พัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการ เรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยสรุปมิติการประเมินคุณภาพจาก 10 ด้าน เหลือเพียง 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) คือ การบริการที่นำเสนอในลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆและ สามารถสัมผัสได้ ซึ่งได้แก่ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร และ

การใช้สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสาร

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการ นั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและ มีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของบริการที่จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่า การบริการที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนอง (Responsiveness) คือ ผู้ให้บริการมีความพร้อมและ เต็มใจที่จะให้บริการโดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ

4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ รวมทั้งการเอาใจใส่มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการให้บริการ รวมทั้งสามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจในการรับบริการได้

5. การเอาใจใส่ (Empathy) คือ ความสามารถในการดูแล ความเอื้ออาทร เอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการ

Krutz and Clow (1998) กำหนดเกณฑ์พิจารณาและการประเมินคุณภาพการบริการ มีหลักการพิจารณา 3 ประการ ประกอบด้วย

(1) คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งที่ลูกค้าประเมินได้ยากกว่าคุณภาพของสินค้า

(2) คุณภาพการให้บริการนั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับผลผลิตของการให้บริการ และจะประเมินจากกระบวนการที่บริการนั้นเกิดขึ้น และ

(3) คุณภาพการให้บริการเกิดจากการเปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้กับระดับของการบริการที่ได้รับจริง

สรุปได้ว่า SERVQUAL เป็นเครื่องมือสำหรับการวัดคุณภาพการบริการตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการซึ่งเกิดจากการวิจัยศึกษา “คุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)” ผู้ใช้บริการจะประเมินคุณภาพการบริการโดยการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวังหรือปรารถนา โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งเรียกว่า SERVQUAL เพื่อวัดความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการใน 5 ด้านคือ 1.สิ่งที่สัมผัสได้ 2.ความน่าเชื่อถือ 3.การตอบสนอง 4.การให้ความมั่นใจ และ 5.การเอาใจใส่ ซึ่งถือได้ว่า เป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความคาดหวังและความรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการโดยผู้ใช้บริการจะรู้สึกพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ เมื่อระดับความรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่าเท่ากับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ หากระดับความรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่ามากกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการก็จะเป็นการบริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจเหนือกว่าระดับที่คาดหวัง แต่เมื่อระดับความรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่าน้อยกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ ผู้ใช้บริการก็จะรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการบริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

“ความพึงพอใจ” ได้มีการศึกษามาเป็นระยะเวลานานตั้งแต่ช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 โดยมุ่งที่จะตอบคำถามว่า ทำอย่างไรจึงจะสามารถเอาชนะความจำเจและความน่าเบื่อของงานต่อการศึกษาความพึงพอใจจะต้องนำมาใช้ได้มากกว่าความพึงพอใจต่องานของตน โดยนำไปใช้ ในทางสังคมในลักษณะการปรับปรุงงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่จะประกอบด้วยกัน 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายผู้มีหน้าที่ในการบริการหรือ พนักงาน เจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ และฝ่ายผู้รับบริการ โดยศึกษา ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อผู้ให้การบริการมีความพึงพอใจต่อการบริการมากน้อยเพียงใด ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความจำกัดความรวมถึงแนวคิดทาง “ความพึงพอใจ” ผู้วิจัยจึงนำมา กล่าวมีดังต่อไปนี้ ความพึงพอใจหรือความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” มีความหมาย ตามพจนานุกรมทางด้านจิตวิทยาโดย Chaplin (1968) ให้คำจำกัดความว่า เป็นความรู้สึกของผู้รับบริการต่อสถานประกอบการตาม 6 ประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ

ความหมาย ความพึงพอใจ

Chaphin (1998) กล่าวว่า ความพึงพอใจตามคำจำกัดความของพจนานุกรมทางด้านจิตวิทา หมายถึง เป็นความรู้สึกในขั้นแรก เมื่อบรรลุถึงจุดมุ่งหมายโดยมีแรงกระตุ้น

McComick (1965) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง แรงจูงใจของมนุษย์ ซึ่งตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน มีความเกี่ยวกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์ และสิ่งจูงใจ และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ ต้องการ

Kotler (1994) กล่าวว่า ความพึงพอใจว่าเป็นระดับความรู้สึกที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงาน หรือประสิทธิภาพกับความคาดหวังของลูกค้าโดยลูกค้าได้รับบริการหรือสินค้าต่ำกว่าความคาดหวัง จะเกิดความไม่พึงพอใจแต่ถ้าตรงกับความคาดหวังลูกค้า จะเกิดความพอใจและถ้าสูงกว่าความคาดหวังจะเกิดความประทับใจ

Vroom (1964) กล่าวว่า ทัศนคติและ ความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พอใจนั้นเอง

จากความหมายของความพึงพอใจที่มีผู้ให้ไว้ตามกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือมีความชื่นชอบ พอใจต่อการที่บุคคลอื่นกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งตอบสนองความต้องการของบุคคลหนึ่งที่ปรารถนา ให้กระทำในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคล นั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันหรือมีความพึงพอใจมากน้อย

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Millet (1954) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยมีหลักและแนวทาง คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงาน ภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติ อย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับ การปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานในการให้บริการเดียวกันการให้บริการที่ ตรงเวลา หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่า การให้บริการสาธารณะจะต้องตรงต่อเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลา ซึ่งจะต้องสร้างความไม่พอใจให้แก่ประชาชนการให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม Millet เห็นว่า ความเสมอภาค หรือการตรงต่อเวลาจะไม่มีความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิริวิมล คำวงศ์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้ เนื้อเชื่อใจและความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร" ประกอบด้วยตัวแปรแฝงจำนวน 8 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการความเป็นรูปธรรมของการบริการ เข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ การตอบสนองความต้องการความพึงพอใจ ความไว้เนื้อเชื่อใจ และความภักดี ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการทำการศึกษาด้วยวิจัยเชิงปริมาณโดยทำการวิจัยเชิงประจักษ์ ด้วยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เลือกซื้อแพ็ตเกจท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่าค่า Relative Chi-Square มีค่าเท่ากับ 1.622 ค่าP-value มีค่าเท่ากับ 0.05464 ค่า RMSEA มีค่า เท่ากับ 0.039 ค่า GFI มีค่าเท่ากับ0.99 ค่า AGFI มีค่าเท่ากับ 0.96 ค่า NFI มีค่าเท่ากับ 100 ค่า NNFI มีค่าเท่ากับ 1.00 ค่าCFI มีค่าเท่ากับ 1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์พิจารณา

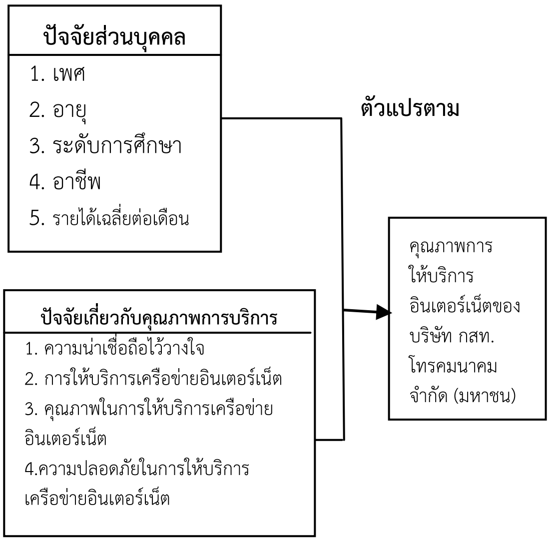
รัตนะ พุทธรักษา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง "คุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

กรณีศึกษา ที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา” ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจด้านความเชื่อมั่นต่อคุณภาพบริการมากที่สุด รองลงมาคือการดูแลเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และความเป็นรูปธรรมของบริการตามลำดับซึ่งตัวแปรทุกตัวล้วนมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

เก็จวลี ศรีจันทร์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการศูนย์บริการทรูช้อป ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสี่จี แอลทีอี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมและด้านการให้ความมั่นใจในระดับเห็นด้วย ทั้งนี้คุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4G LTE เครือข่ายทรูมูฟ เอช โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลที่ระดับ 0.803 และปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อกความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4G LTE เครือข่ายทรูมูฟ เอช ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ รายได้ และเหตุผลหลักที่เข้าใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4G LTE เครือข่ายทรูมูฟ เอช แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง (จตุจักร ห้วยขวาง ดินแดง) จำนวน 310 ราย (ข้อมูลจาก บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 24 พฤศจิกายน 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง (จตุจักร ห้วยขวาง ดินแดง) จำนวน 310 ราย หากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สืบค้นแหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตำรา หนังสือ ผลงานการวิจัย และเอกสารต่าง ๆ อินเตอร์เน็ต และข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการแจกแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองและมีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

อินเตอร์เน็ตของผู้ให้บริการอินเตอร์เน็ต (ISP)ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย กำหนดนิยามและเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. รวบรวมและเรียบเรียงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างแบบสอบถาม โดยยึดหลักความมีประสิทธิผล ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และนำเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบถึงความถูกต้องของข้อคำถาม ทั้งด้านเนื้อหาและความเหมาะสมในการนำแนวคิดและทฤษฎีใช้ในการตั้งคำถาม

3. การสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการอินเตอรเน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่กรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง (จตุจักร ห้วยขวาง ดินแดง) มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ ได้แก่ 1. เพศ 2. อายุ 3. ระดับการศึกษา 4. อาชีพ และ 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการใช้บริการอินเตอรเน็ต จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ 2. ด้านการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต 3.ด้านคุณภาพในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต และ 4. ด้านความปลอดภัยในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต จำนวน 20 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคการใช้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่กรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง

วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง และเมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาแล้ว นำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

วิธีจัดกระทำกับข้อมูล

หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วกระทำการลงรหัสข้อมูล เพื่อนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลมีขั้นตอนดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกข้อมูลจากนั้น นำข้อมูลที่บันทึกแล้วมาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีสถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลระดับความคิดเห็นที่มีต่อของคุณภาพการใช้บริการอินเตอรเน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 1. เพศ 2. อายุ 3. ระดับการศึกษา 4. อาชีพ และ 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ได้แก่ 1.ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ 2.ด้านการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต 3.ด้านคุณภาพในการให้บริการเครือข่าย และ 4.ด้านความปลอดภัยในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต **ตัวแปรตาม** ได้แก่ คุณภาพการใช้บริการอินเตอรเน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนาหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับคุณภาพการใช้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 40 ปี ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน20,001 – 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ของประชาชนผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครโซนเหนือล่าง (จตุจักร ห้วยขวาง ดินแดง) 4 ด้าน 1. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ 2. ด้านการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต 3.ด้านคุณภาพในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต และ 4. ด้านความปลอดภัยในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลำดับที่ 1 คือ ด้านการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต มีระดับคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีระดับคุณภาพอยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 คือ ด้านความปลอดภัยในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต มีระดับคุณภาพอยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 4 คือ ด้านคุณภาพการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลวิจัยเรื่อง “คุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าคุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีคุณภาพอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของ เก็จวลี ศรีจันทร์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการศูนย์บริการทรูช้อป ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสี่จี แอลทีอี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมและด้านการให้ความมั่นใจในระดับเห็นด้วย ทั้งนี้คุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4G LTE เครือข่ายทรูมูฟ เอช โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลที่ระดับ 0.803 และปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4G LTE เครือข่ายทรูมูฟ เอช ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ รายได้ และเหตุผลหลักที่เข้าใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4G LTE เครือข่ายทรูมูฟ เอช แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาข้อรายด้าน พบว่า ลำดับที่ 1 ด้านการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มี

คุณภาพอยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 ด้านความปลอดภัยในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก และลำดับที่ 4 ด้านคุณภาพการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การวิจัยครั้งนี้สามารถอภิปรายผลรายด้านได้ดังนี้

1.ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก เพราะพนักงานให้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงกับที่ผู้ใช้บริการต้องการ พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องตรงตามที่ต้องการ และ ความเร็วของอินเตอร์เน็ตที่ได้รับตรงกับที่ระบุไว้ในสัญญา ซึ่งก่อนส่งมอบวงจรให้ผู้ใช้บริการอาจจะต้องมีการทดสอบก่อน

2.ด้านการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด เพราะบริการในการเข้าถึงแสดงผลเว็บเพจต่างๆ และ การให้บริการในการใช้งาน search engine เช่น google.com ค่อนข้างดีและเร็ว

3.ด้านคุณภาพการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก เพราะความมีเสถียรภาพของระบบสามารถใช้งานอินเตอร์เน็ตได้อย่างต่อเนื่อง ระบบอินเตอร์เน็ตมีความรวดเร็วและมีคุณภาพพร้อมใช้งาน และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในการใช้งานอินเตอร์เน็ตได้อย่างดี

4.ด้านความปลอดภัยในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัยในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก เพราะความรวดเร็วการแก้ไขปัญหาการใช้งานระบบอินเตอร์เน็ต และเมื่อเกิดปัญหาจากไวรัส สปายแวร์ ที่เกี่ยวข้องที่จากการใช้งานระบบเครือข่าย จะมีระบบมีการแจ้งเตือนและกำจัดอย่างดี

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลวิจัย ภาพรวมทั้ง 4 ด้าน คือ 1. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ 2.ด้านการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต 3.ด้านคุณภาพการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต และ 4.ด้านความปลอดภัยในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต พบว่า ด้านคุณภาพการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ตมีระดับต่ำสุด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ทางผู้ให้บริการคือ บริษัท บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ควรมีการเพิ่มพื้นที่ที่ให้บริการอินเตอร์เน็ตให้สามารถให้บริการได้ครอบคลุมทั่วถึงพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่านี้ เมื่อพิจารณาข้อเสนอแนะรายด้านมีข้อเสนอแนะดังนี้

1.ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่า ข้อมูลส่วนตัวจะไม่ได้รับความปลอดภัยจากการใช้บริการและการเชื่อมต่อสัญญาณอินเตอร์เน็ตอาจจะมีความยุ่งยากบ้างในการเชื่อมต่อ โดยมีข้อเสนอแนะ อาจจะต้องมีการดูแลป้องกันข้อมูลส่วนตัวผู้ใช้บริการ โดยมี

การเข้ารหัสของข้อมูลส่วนตัว หรืออาจจะต้องมีคำแนะนำในการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตให้ลูกค้า

2.ด้านการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต พบว่า การบริการของระบบอินเตอร์เน็ตต่อการเข้าใช้ระบบฐานข้อมูลมีความยุ่งยากลำบาก ข้อเสนอแนะ อาจจะต้องมีคำแนะนำในการใช้อินเตอร์เน็ตให้ลูกค้าในการเข้าระบบฐานข้อมูล หรืออาจจะเพิ่มช่องสัญญาณในการเข้าระบบฐานข้อมูล ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลได้โดยง่าย

3.ด้านคุณภาพการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต พบว่า ระบบอินเตอร์เน็ตไม่สามารถให้บริการได้ครอบคลุมทั่วถึงตามที่ลูกค้าขอใช้บริการข้อเสนอแนะ อาจจะต้องเพิ่มพื้นที่ในการให้บริการให้คลอบคลุมพื้นที่เพิ่มขึ้นกว่าเดิม โดยการขยายสถานีและอุปกรณ์ให้เพิ่มมากขึ้น

4.ด้านความปลอดภัยในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต พบว่า ความปลอดภัยของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้งานผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของ บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ข้อเสนอแนะ อาจจะต้องคอยแนะนำผู้ใช้บริการให้คอยตรวจสอบ และอัพเดทระบบแอนตีไวรัสและมัลแวร์ที่เครื่องคอมพิวเตอร์อยู่เป็นประจำ และทางผู้ให้บริการอาจจะต้องมีระบบไฟร์วอลล์เพื่อคอยตรวจสอบไวรัสคอมพิวเตอร์หรือมัลแวร์ต่างๆที่จะเข้ามาในระบบอินเตอร์เน็ตของ บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรทำวิจัยในพื้นที่อื่นๆ เพราะแต่ละพื้นที่มีความสำคัญแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการในแต่พื้นที่มีความแตกต่างกันออกไป และเพื่อเป็นแนวทางข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครต่อไป

2.ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการวิจัยอย่างต่อเนื่องในเรื่องคุณภาพการให้บริการอินเตอร์เน็ตของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อที่จะให้ทางผู้ให้บริการมีการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการต่อผู้ใช้บริการมากและดียิ่งขึ้นไป

บรรณานุกรม

กาญจนา ทวินันท์ และ แววมยุรา คำสุข. (2558**). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้านักธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย.** วารสารธุรกิจปริทัศน์, 7(2), 151-167.

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล (2554). **คุณภาพบริการ การสร้างความประทับใจ.** กรุงเทพมหานคร:

ลักษมี สารบรรณ. (2551). **คุณภาพ (Quality)คืออะไร.** สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วิชัย ปีติเจริญธรรม. (2548). **การบริการด้วยหัวใจ.** กรุงเทพมหานคร: บุ๊คแบงก์.

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2542). **คุณภาพในงานบริการ.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร:ประชาชน

สมิต สัชฌุกร. (2550). **การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ.** กรุงเทพมหานคร: สายธาร.

Assael, H. (1998). **Consumer Behavior and Marketing Action.** Ohio : SouthWestern.

Buzzel, R. and Gale, B. (1985). **Administrative Behavior.** NewYork : The Mcmillan Company.

Feigenbaum, A. V. (1961). **Total Quality Control: Engineering and Management.** London : McGraw–Hill.

Lewis, R.C. and Booms, B.H. (1983). **The Marketing Aspects of Service Quality**.Chicago : The Free Press..

Parasuraman, A. Berry, L. L. and Zeithaml, V. A. (1990). **Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptios.** New York : The Free Press.

Zeithaml, V. A. and Bitner, M. J. (2000). **Services Marketing**. (3rd ed.) New York : The Free Press.

เก็จวลี ศรีจันทร์. (2557). **คุณภาพการให้บริการศูนย์บริการทรูช้อป ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสี่จี แอลทีอี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่.** การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อภิวุฒิ ตั้งจิตการุญ.(2555).**คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต บริษัท ทรู อินเตอร์เน็ต จำกัด ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร.** การศึกษาเฉพาะบุคคล บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กาญจนา ทวินันท์ และ แววมยุรา คำสุข. (2558). “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนัก ระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย”. **วารสารธุรกิจปริทัศน์.** 7 (2) : 1 - 18.

รัตนะ พุทธรักษา. (2560). “คุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา ที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา”. **วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ.** 6 (2) : 1 - 11.