

ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย
ในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวพรทิพย์ จิรกิตติยางกูร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

มีนาคม 2548

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

658.8342

พ 239 ๗

ร.3

ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย
ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวพรทิพย์ จิรจิตยางกูร

26 เม.ย. 2548

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

มีนาคม 2548

๗ 265963

พรทิพย์ จิรจิตตยากร. (2548) *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจำจ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านความสามารถส่วนบุคคลทั้งทางด้านคอมพิวเตอร์ และภาษาอังกฤษ ปัจจัยทางการตลาด และแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต โดยการออกแบบการศึกษาให้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค จำนวน 385 คน และนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติ SPSS มีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์โดยใช้ค่าที ค่าความแปรปรวนทางเดียว ค่า LSD สำหรับการหาค่าความแตกต่างรายคู่ และหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีสัดส่วนของเพศชายจำนวน 195 คนคิดเป็นร้อยละ 50.65 และเพศหญิงจำนวน 190 คนคิดเป็นร้อยละ 49.35 ส่วนใหญ่มีอายุ 25-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.08 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.25 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 78.70 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 78.96 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.81 และพักอาศัยอยู่ในเขตจตุจักร และบางเขนมากที่สุด

พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่า ส่วนใหญ่ใช้โน้ตบุ๊กในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต โดยมีเหตุผลในการใช้งานคือการค้นหาข้อมูล ส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลาสั้นเฉลี่ย 1.3 ปี และมีการใช้งานเฉลี่ยต่อ 1.46 ชั่วโมงต่อครั้ง ช่วงเวลาที่ใช้งานมากที่สุดคือ 16:00 – 20:00 น. สถานที่ที่ต้องการให้มีอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนวิธีการสมัครใช้บริการนั้น ต้องการนำแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตที่เป็นสมาชิกมาใช้งาน และต้องการให้คิดค่าบริการเป็นแบบรายวัน/เดือน/ปี มากที่สุด วิธีการชำระค่าบริการต้องการให้หักจากวงเงินหรือชั่วโมงอินเทอร์เน็ต ส่วนราคาค่าบริการที่คิดว่าเหมาะสม ราคาค่าเฉลี่ย

อยู่ที่ 22.31 บาท/ชั่วโมง โดยมีระดับความคิดเห็นที่มีแนวโน้มที่จะใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแน่นอน

ทางด้านความสามารถของผู้บริโภคในการใช้งานคอมพิวเตอร์นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสามารถโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งได้สอบถามถึงความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต และความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายอยู่ระดับดี ความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษก็เช่นกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสามารถอยู่ในเกณฑ์ดี ทั้งทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ ทักษะด้านความเข้าใจศัพท์ภาษาอังกฤษ ทักษะการเขียนภาษาอังกฤษอยู่ในระดับดี

ปัจจัยทางด้านการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญทางด้านการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดโดยให้ระดับความสำคัญในเรื่องของความเร็ว ความเสถียรของระบบ และบริการที่ใช้งานง่ายไม่ยุ่งยาก ทางด้านราคาโดยรวมนั้นผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญปานกลาง ทางด้านสถานที่โดยรวมให้ระดับความสำคัญมาก และด้านการส่งเสริมทางการตลาดให้ระดับความสำคัญในระดับมากโดยการลดราคามีระดับความสำคัญมากที่สุด

พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่าปัจจัยทางด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มีเพียงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันเท่านั้นที่มีผลต่อ ระยะเวลาเฉลี่ย ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความแตกต่างเป็นรายคู่ระหว่างผู้บริโภคที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท โดยมีพฤติกรรมการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง (ชั่วโมง) มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 มีพฤติกรรมการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง (ชั่วโมง) มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสามารถทางด้านการใช้งานคอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) โดยขนาดของความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนความสามารถทางด้านคอมพิวเตอร์ด้านอื่นๆ นั้น ไม่มีความสัมพันธ์ต่อ ระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) และระยะเวลาเฉลี่ย ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)

ความสามารถในการเขียนภาษาอังกฤษมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) โดยขนาดของความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ส่วนความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษด้านอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) และระยะเวลาเฉลี่ย ที่ใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)

ปัจจัยทางด้านบริการ ความเสถียร และความน่าเชื่อถือของระบบมีความสัมพันธ์กับระยะเวลา ที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) ขนาดของความสัมพันธ์อยู่ใน ระดับต่ำ ส่วนบริการที่ง่าย ความเสถียรของระบบ ความปลอดภัยในการใช้งาน ความเร็ว และการมี พนักงานแนะนำมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาเฉลี่ย ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อ ครั้ง (ชั่วโมง) ขนาดของความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ปัจจัยทางด้านราคา ราคาแพงเมื่อเทียบกับบริการอื่น ราคาคุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการอื่นมี ความสัมพันธ์กับ ระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) ขนาดของความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ปัจจัยทางด้านสถานที่ จุดให้บริการหลายจุดมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาเฉลี่ย ที่ใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) ขนาดของความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด การมีแพ็คเกจให้ทดลองก่อนการใช้งานมีความสัมพันธ์ กับ ระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) ขนาดของ ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ และการลดราคามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาเฉลี่ย ที่ใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) ขนาดของความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

แนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคตมีความสัมพันธ์กับระยะเวลา ที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานาน เป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) และระยะเวลาเฉลี่ย ที่ใช้ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) ขนาดของความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ส่วน ราคาค่าบริการในอนาคตไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต

ข้อเสนอแนะ เนื่องจากบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเป็นเทคโนโลยีใหม่ และเพิ่ง เริ่มแพร่หลายในประเทศไทยไม่นาน ดังนั้นปัจจัยทางการตลาดที่สนองความต้องการ จึงเป็นสิ่ง กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้งานเพิ่มมากขึ้น การจัดหาความเร็วที่เหมาะสม การดูแล และให้ ความสำคัญต่อระบบไม่ให้ล่ม หรือสามารถให้บริการได้ตลอดเวลา จึงเป็นสิ่งที่สำคัญของการ ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย การลดราคา หรือให้ใช้ฟรีในช่วงแรก พร้อมการให้ข้อมูล เพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้ และเล็งเห็นประโยชน์ในการใช้งาน จะเป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการ ทดลองใช้เพิ่มขึ้น การเพิ่มจุดให้บริการหลายจุด เพื่อสะดวกและสนองความต้องการของผู้ใช้งาน การ ลดราคาในช่วงเวลา 16:00 – 20:00 น. (Time-Zone pricing) จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้งานเพิ่ม มากขึ้นเช่นกัน

Attitudes and Behavior of Internet Wi-Fi Users in Bangkok Metropolitan Area

AN ABSTRACT

BY

MISS. PORNTIP JIRAKITYANGKON

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration Degree in Marketing
at Srinakharinwirot University
March 2005

Pornthip Jirakityangkoon. (2005) *Attitudes and Behavior of Internet Wi-Fi Users in Bangkok Metropolitan Area*. Master's Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graduate School. Srinakharinwirot University. Advisor : Asst. Prof. Dr. Apiruth Tangkrachang.

The purpose of this research is to study the factors that are related to the Internet Wi-Fi users' behavior in Bangkok metropolitan area. The sample population, their personal computer and English abilities, marketing mix and the expectation of future trends in Wi-Fi Internet usage factors have been classified by designing a questionnaire and collecting quantitative data. This questionnaire is used as a tool for collecting information from 385 users. SPSS is then used to analyze statistical data such as percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way analysis of Variance, the paired differences arranged by LSD, and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient in order to analyze the correlation to the statistically significant level of 0.05.

The result of the general information is as follows. Of the sample, 195 (50.65%) are males and 190 (49.35%) are females. The largest age group is between 25-29 years of age (42.8%). Most of them have Bachelor degree (73.25%), are of single marital status (78.70%), work as employees in private companies (78.96%), have monthly income between 10,001 – 20,000 baht (34.81%) and live in Chatuchak and Bangkhen districts (6.23% each) of Bangkok metropolitan area.

Most of the sample use notebook PCs to connect to the Wi-Fi internet, with seeking information as the main reason for using the internet. They have used the Wi-Fi internet for 1.3 years and use the service 1.46 hrs / time, on average. Most of them use the Wi-Fi internet between 04:00 – 08:00 p.m. and want department stores and restaurants to provide the Wi-Fi internet and want to use subscription-based services (daily/monthly/yearly). Most of them want to pay by deducting usages from their existing internet accounts. Average price that they are willing to pay is 22.31 Baht/hour and most of them want to continue using the Wi-Fi internet in the future.

Most of the sample have good computer ability, good understanding of how to use the Internet and Wi-Fi internet. The English ability is at the good level; Reading, Vocabulary and writing in English are at the good level.

Attitudes toward the products show that speed, stability and ease of use are the most important factors to users. Price is of a moderate importance factor, whereas place and promotion are important factors but that discounts is a very important factor.

The consumers' differences in gender, age, educational and occupation do not cause differences in the usage of Wi-Fi internet, only the salary differences affects the average internet usage per time at the statistically significant level of 0.05. The consumers who are in the 10,001 – 20,000 baht income range use internet more than those who have salary less than 10,000 baht. Consumers who have salary between 20,001 – 30,000 baht use internet more than those who have salary between 10,001 – 20,000 baht at the statistically significant level of 0.05.

Computer ability correlates to the internet experience (in years) in a low level and with a positive relationship, while Internet and Wi-Fi internet abilities are not related to the average usage time of Wi-Fi internet (in hours/time) and internet experience (in years).

The correlation between written English ability internet experience (in years) results in a low level and with a positive relationship, but others are not related.

Products' and services' stability and reliability correlates with the internet experience (in years) in a low level and with a positive relationship. Services' ease of use, stability, security, speed, and support correlate to the average Wi-Fi internet usage time (in hours/time) in a low level and with a positive relationship.

Expensive internet price and low value compared with other services correlates with the internet experience (in years) in a low level and with a positive relationship.

The availability of many access points correlates with the internet experience (in years) in a low level and with a positive relationship.

Promotion, the availability of trial packages correlates with the internet experience (in years) in a low level and with a positive relationship. Promotion price correlates with the Wi-Fi internet usage (in hours/time) in a low level and with a positive relationship.

Future usage trend of Wi-Fi internet correlates with the internet experience (in years) and the Wi-Fi internet usage (in hours/time) in a low level and with a positive relationship.

Suggestion: As Wi-Fi internet is a new technology and a new service in Thailand, the best marketing mix is one that encourages users to use more. The speed, customer care,

and service stability are the most important factors, promotional prices, trial packages and giving the information to users are the best ways to educate users and to encourage them to use the service more. Adding more access points, time – zone pricing will also encourage them to use internet more.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ดร.อภัย คุ้มเกษม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภिरัฐ ตั้งกระจ่าง)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

ดร.อภัย คุ้มเกษม
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

ดร.อภัย คุ้มเกษม ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภिरัฐ ตั้งกระจ่าง)

ดร.อภัย คุ้มเกษม กรรมการสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

อภัย คุ้มเกษม กรรมการสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

กิตติมา สังข์เกษม คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ ..8... เดือน มีนาคม พ.ศ. 2548

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่านับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง อธิบายให้ผู้วิจัยเข้าใจ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือและเป็นกรรมการสอบ ตลอดจนให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะ เพื่อแก้ไขข้อปรับปรุงให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา และมารดาผู้ให้คำสั่งสอนแก่ผู้วิจัย ในการดำเนินชีวิตด้วยคุณธรรม สติปัญญาและความพากเพียรมาโดยตลอด และขอขอบคุณพี่น้อง ตลอดจนเพื่อนๆ ร่วมหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รุ่นที่ 5 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา ขอขอบคุณ บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย และขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามงานวิจัยครั้งนี้ทุกท่าน ซึ่งมีส่วนสำคัญให้การวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอให้งานวิจัยฉบับนี้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการและนักการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างดี

พรทิพย์ จิรจิตตยากร

มีนาคม 2548

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	11
ทฤษฎีพื้นฐานของพฤติกรรม.....	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	15
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	17
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	18
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต.....	19
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3 วิธีดำเนินการวิจัย	
การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	33
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
การเสนอผลการวิเคราะห์.....	44
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	45
ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	52
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	62
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	95
อภิปรายผล.....	114
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	115
บรรณานุกรม.....	117
ภาคผนวก.....	121
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	131

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง.....	45
2 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา ที่ได้ปรับรวมกลุ่มแล้ว.....	48
3 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกเขตที่อยู่อาศัย.....	49
4 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	52
5 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	52
6 จำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลานานเท่าใด.....	53
7 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายบ่อยที่สุด.....	54
8 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ ที่ต้องการให้ มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	55
9 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการสมัครสมาชิก บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	55
10 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการคิดค่าบริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	56
11 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีชำระค่าบริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	57
12 จำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ราคาค่าบริการที่คิดว่าเหมาะสม และแนวโน้มในการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็ว สูงแบบไร้สายในอนาคต.....	57
13 จำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความสามารถส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย	58

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	จำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อปัจจัยทางด้านการตลาดของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	59
15	ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแยกระยะเวลา(ปี) และแยกระยะเวลาเฉลี่ย(ชั่วโมง)ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกความแตกต่างของเพศ.....	62
16	ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ.....	63
17	ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	64
18	ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา.....	65
19	ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ.....	66
20	ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้.....	67
21	ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย เรื่องระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเป็นรายคู่.....	68
22	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	70
23	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง (ชั่วโมง)	72

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
24	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบริการกับพฤติกรรมการใช้ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	74
25	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบริการกับพฤติกรรมการใช้ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง (ชั่วโมง).....	77
26	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านราคากับพฤติกรรมการใช้ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	80
27	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านราคากับพฤติกรรมการใช้ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	82
28	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสถานที่กับพฤติกรรมการ ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	83
29	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสถานที่กับพฤติกรรมการ ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	84
30	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านการส่งเสริมทางการตลาด กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	86
31	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านการส่งเสริมทางการตลาด กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	87
32	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถส่วนบุคคลกับพฤติกรรม การให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย.....	89
33	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถส่วนบุคคลกับพฤติกรรม การให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อ ครั้ง (ชั่วโมง)	90

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือบริโภคสินค้า.....	15
2 โครงสร้างการเชื่อมต่อของ Bluetooth.....	26
3 เครือข่ายในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย.....	26
4 อุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย.....	27
5 อุปกรณ์พื้นฐานที่จำเป็นในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย.....	28
6 คอมพิวเตอร์ Notebook ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย.....	29
7 เครื่อง PDA ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย	29

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจ ไม่ได้จำกัดเพียงในประเทศ หรือในภูมิภาคเท่านั้น แต่ได้เปลี่ยนรูปแบบการแข่งขันไปเป็นระดับโลก เพราะด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำหน้าอย่างไม่มีที่สิ้นสุดทำให้โลกของเราได้ถูกย่อลง การติดต่อสื่อสารนั้นไม่ต้องรอจดหมายหรือโทรศัพท์ข้ามทวีปเหมือนเดิมอีกต่อไป ตรงข้ามการสื่อสารในปัจจุบันนั้นทำได้ง่ายและรวดเร็ว เพียงเปิดคอมพิวเตอร์และเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต ใช้เวลาไม่กี่นาทีก็สามารถติดต่อกับบุคคลที่อยู่ข้ามทวีปได้ อีกทั้งค่าใช้จ่ายนั้นก็ถูกกว่าการโทรศัพท์ข้ามทวีป สิ่งเหล่านี้คือคุณสมบัติเด่นของอินเทอร์เน็ตที่ทำให้รูปแบบการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไป ดังคำกล่าวอ้างว่า "อินเทอร์เน็ตย่อโลกของคุณให้เล็กลงทีเดียว" ดังนั้น การติดต่อธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดก็ตาม เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมาก อีกทั้งค่านิยม และรูปแบบในการดำเนินชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่ใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย ก็เปลี่ยนเป็นชีวิตที่ทันสมัย ติดต่อกับสื่อสารได้รวดเร็ว และฉับไว หรือจากเดิมการรับข้อมูลข่าวสารจะเป็นการรอให้สื่อต่างๆ เข้ามานำเสนอหรือจัดส่งให้ แต่ในปัจจุบัน การค้นหาข้อมูลสามารถทำได้ด้วยการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีข้อมูลมากมายให้เลือกสรรตามแต่ผู้บริโภคต้องการค้นหา หมดยุคแห่งการรอข่าวสารไปเสียแล้ว ปัจจุบันได้เปลี่ยนเป็นยุคแห่งการแสวงหาข้อมูลแทน ใครหาข้อมูลได้มากกว่า มีข้อมูลมากกว่าย่อมเป็นผู้ได้เปรียบ และด้วยความทันสมัยนี้เอง เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต จึงได้มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง เปลี่ยนจากเดิมที่ต้องอาศัยอุปกรณ์ต่ออยู่กับที่ หรือใช้งานได้เฉพาะที่ มาเป็น "อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย" (อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายคือ บริการอินเทอร์เน็ตที่อาศัยเทคโนโลยีการสื่อสารโดยผ่านอุปกรณ์ไร้สาย ที่มา: <http://www.thaiwirelesslan.com>) ที่คุณสามารถเชื่อมต่อได้ทุกที่ ทุกเวลา ทำให้สะดวกต่อการใช้งาน และสะดวกสำหรับบุคคลที่ต้องเดินทางบ่อย หรือต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบปัจจุบันทันด่วน

และด้วยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปนี้เอง ทำให้การดำรงชีวิตของคนได้มีการพัฒนาตามเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว อีกทั้งสังคมครอบครัว สถาบันการศึกษา และธุรกิจต่างๆ ได้สนับสนุนให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อต้องการให้ติดต่อกับสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วขึ้น เพื่อค้นคว้าหาข้อมูลที่ต้องการได้มากมาย เพื่อการเรียนรู้ที่เปิดกว้าง เพื่อความรวดเร็ว ประหยัด ตลอดจนเกิดการติดต่อค้าขายทางด้านธุรกิจ ในประเทศไทยเองรัฐบาลให้ความสนับสนุนเต็มที่ที่จะเห็นได้จากการตั้งกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือกระทรวง ICT ที่จัดกิจกรรมส่งเสริมให้คนไทยในประเทศใช้เทคโนโลยีการสื่อสารกันเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการ

พัฒนาประชากรของประเทศเลยทีเดียว และในปัจจุบัน อุปกรณ์การสื่อสารก็มีมากมายหลากหลาย เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ ก่อให้เกิดความสะดวกในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น

และหากกล่าวถึงธุรกิจอินเทอร์เน็ต ได้เริ่มขยายเข้ามาในประเทศไทยเพียง 9 ปี แต่ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลก โดยมีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น 18 ราย ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

<http://ntl.nectec.or.th/internet/index.php>

1 A-Net	บริษัท เอเน็ต จำกัด	http://www.anet.net.th
2 AsiaAccess	บริษัท ไออีซี อินเทอร์เน็ต จำกัด	http://www.asiaaccess.net.th
3 AsiaInfonet	บริษัท เอเชีย อินโฟเน็ต จำกัด	http://www.asianet.co.th
4 CAT	การสื่อสารแห่งประเทศไทย	http://www.cat.net.th
5 CS-Loxinfo	บริษัท ซีเอส ล็อกซ์เลย์ อินฟอร์เมชัน เซอร์วิส จำกัด	http://www.csloxinfo.com
6 CWN	บริษัท ชมนันท์ เวิลด์เน็ต จำกัด	http://www.cwn.net.th
7 DataLineThai	บริษัท ดาต้า ลายไทย จำกัด	http://www.linethai.net.th
8 EZNet	บริษัท อีซีเน็ต จำกัด	http://www.princess1.com
9 Far East	บริษัท อีซีเนท เคเบิลแอนด์ไวร์เลส จำกัด	http://www.fareast.net.th
10 Idea Net	บริษัท ไอเดียเน็ต จำกัด	http://www.idn.co.th
11 Internet Thailand	บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด (มหาชน)	http://www.inet.co.th
12 ISSP	บริษัท อินเทอร์เน็ตเซอวิส โพรวายเดอร์ จำกัด	http://www.issp.co.th
13 Jasmine Internet	บริษัท จัสมิน อินเทอร์เน็ต จำกัด	http://www.ji-net.com
14 KSC	บริษัท เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต จำกัด	http://www.ksc.net.th
15 PacificInternet	บริษัท เวิลด์เน็ต แอนด์ เซอวิสเชส จำกัด	http://www.pacific.net.th
16 Reach Thai	บริษัท รีช คอมมิวนิเคชั่น เซอวิส (ประเทศไทย) จำกัด	http://www.reach.net.th
17 RoyNet	บริษัท รอยเนท จำกัด (มหาชน)	http://www.roynet.co.th
18 Samart	บริษัท สามารต อินโฟเน็ต จำกัด	http://www.samart.co.th

และมีการแข่งขันชิงจ้าวตลาดกันอย่างรุนแรง อีกทั้งธุรกิจอินเทอร์เน็ตนี้มีโอกาสเติบโตได้อีกมาก นับว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและน่าติดตามมากทีเดียว ดังนั้นการศึกษาเพื่อวางแผนทางด้านการตลาด

ของธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย (Internet Wi-Fi) เพื่อประโยชน์ให้กลุ่มธุรกิจอินเทอร์เน็ตตอบสนองความต้องการ หรือความพึงพอใจกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ซึ่งส่งผลต่อการวางรากฐานทางด้านเทคโนโลยี เพื่อความก้าวหน้าให้ทันต่อการแข่งขันของประเทศกับทั่วโลกในอนาคตต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ค้นคว้าต้องการทราบพฤติกรรมในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย เพื่อวางแผนทางด้านการตลาดของธุรกิจ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้ต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย
2. เพื่อศึกษาว่าความสามารถส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ความเร็วสูงแบบไร้สาย

3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้ทางด้าน 4Ps ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย
4. เพื่อศึกษาความต้องการในการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของผู้ใช้โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลจากการศึกษานี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย
2. ผลจากการศึกษานี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถนำไปพิจารณาวางแผนพัฒนาปรับปรุง กำหนดกลยุทธ์ทางการต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถส่วนบุคคลและเกิดบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
3. ผลของการศึกษานี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางให้กับงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการศึกษาของงานวิจัย

ขอบเขตของการศึกษาของงานวิจัยนี้ จะมุ่งศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายและพักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรทั้งชายและหญิงที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ทั้งจากผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และผ่านทางองค์กรต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการและบริษัทเอกชนที่อาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร ที่เคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในปัจจุบันนี้ต้องการตรวจสอบจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่แน่นอนได้ ผู้จัดทำจึงได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ด้วยวิธีการคำนวณโดยใช้สูตรสำหรับกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน $n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2}pq}{e^2}$ กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าความผิดพลาดไม่เกิน 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน (กัลยา วาณิชยปัญญา.2544:74) เลือกสถานที่เก็บข้อมูลโดยใช้สุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกสถานที่เก็บข้อมูล 4 แห่ง คือ ห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ห้างสรรพสินค้าฟอร์จูน (เยาว์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นสถานที่รวมเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ และเป็นสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย จากประชากรทั้งชายและหญิงที่เคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากนั้นนำตัวแทนของประชากรมาแบ่งโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่เท่าๆ กัน จากนั้นเลือกสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น (ตัวแปรอิสระ) ได้แก่

1.1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ของผู้บริโภค

1.1.1. เพศ

1.1.1.1. เพศชาย

1.1.1.2. เพศหญิง

1.1.2. อายุ

1.1.2.1. ต่ำกว่า 15 ปี

1.1.2.2. 15 – 19 ปี

1.1.2.3. 20 – 24 ปี

1.1.2.4. 25 - 29 ปี

1.1.2.5. 30 – 34 ปี

1.1.2.6. 34 ปีขึ้นไป

1.1.3. ระดับการศึกษา

1.1.3.1. ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย

1.1.3.2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. / ปวส.

1.1.3.3.ปริญญาตรี

1.1.3.4. สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4. อาชีพ

- 1.1.4.1. นักเรียน/นักศึกษา
- 1.1.4.2. แม่บ้าน/ พ่อบ้าน
- 1.1.4.3. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 1.1.4.4. พนักงานบริษัทเอกชน
- 1.1.4.5. ประกอบธุรกิจส่วนตัว

1.1.5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1.1.5.1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 1.1.5.2. 10,001 – 20,000 บาท
- 1.1.5.3. 20,001 – 30,000 บาท
- 1.1.5.4. 30,001 – 40,000 บาท
- 1.1.5.5. 40,001 – 50,000 บาท
- 1.1.5.6. มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

1.2. ความสามารถส่วนบุคคลมีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

สาย

- 1.2.1. ความสามารถทางด้านคอมพิวเตอร์
- 1.2.2. ความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษ

1.3. ทักษะทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ความเร็วสูงแบบไร้สาย

- 1.3.1. ด้านผลิตภัณฑ์
- 1.3.2. ด้านราคา
- 1.3.3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 1.3.4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

2. ตัวแปรตาม

- 1. พฤติกรรมในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย
- 2. แนวโน้มในอนาคตต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พฤติกรรมที่มีต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย หมายถึง การกระทำ หรือ กิริยาอาการที่แสดงออกทางความคิด และความรู้สึกของแต่ละบุคคล เกี่ยวกับการเลือกใช้ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่เลือกซื้อหรือใช้บริการ และการได้รับอิทธิพลจากสื่อทางการตลาด

2. ทศนคติที่มีต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย หมายถึง การแสดง ความรู้สึกภายในของผู้บริโภคที่มีความต้องการ ต่อการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ใน 4 ด้าน คือ

2.1 ทศนคติด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ได้แก่ ประเภท ของบริการ ภาพพจน์ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต รูปแบบบริการ คุณภาพ ความเร็ว และคุณสมบัติ อื่นๆ ที่สำคัญ

2.2 ทศนคติด้านราคา หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดในด้านราคาของบริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ได้แก่ ระดับราคาต่างๆ ความเหมาะสมของราคา

2.3 ทศนคติทางด้านสถานที่บริการ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดในด้านสถานที่บริการ และสถานที่ที่ให้จุดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ได้แก่ ความเหมาะสม ความสะดวก และความนิยมของสถานที่ให้บริการ

2.4 ทศนคติด้านการส่งเสริมทางการตลาด หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดในด้านการ ส่งเสริมทางการตลาด ได้แก่ การลดราคา การให้ทดลองก่อนการใช้งาน การสะสมคะแนนเพื่อแลก ของรางวัล

3. ความสามารถส่วนบุคคล หมายถึง ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และภาษาอังกฤษ ต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตไร้สาย อันได้แก่ความรู้ความเข้าใจในอินเทอร์เน็ต ภาษาที่ใช้ในการอ่าน ศัพท์ที่ใช้ และการเขียนภาษาอังกฤษ

4. ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลทั้งชายและหญิงที่เคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

5. อินเทอร์เน็ต หมายถึง ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ เครื่องคอมพิวเตอร์ทุก เครื่องทั่วโลก สามารถติดต่อสื่อสารถึงกัน ได้โดยใช้มาตรฐานในการรับส่งข้อมูลที่เป็นหนึ่งเดียว หรือ ที่เรียกว่าโปรโตคอล (Protocol) ซึ่งโปรโตคอลที่ใช้บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีชื่อว่า ทีซีพี/ไอพี (TCP/IP : Transmission Control Protocol/Internet Protocol)

6. อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย (Internet Wireless: WiFi) หมายถึง การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตโดยอุปกรณ์ในการใช้งานเป็นแบบไร้สาย

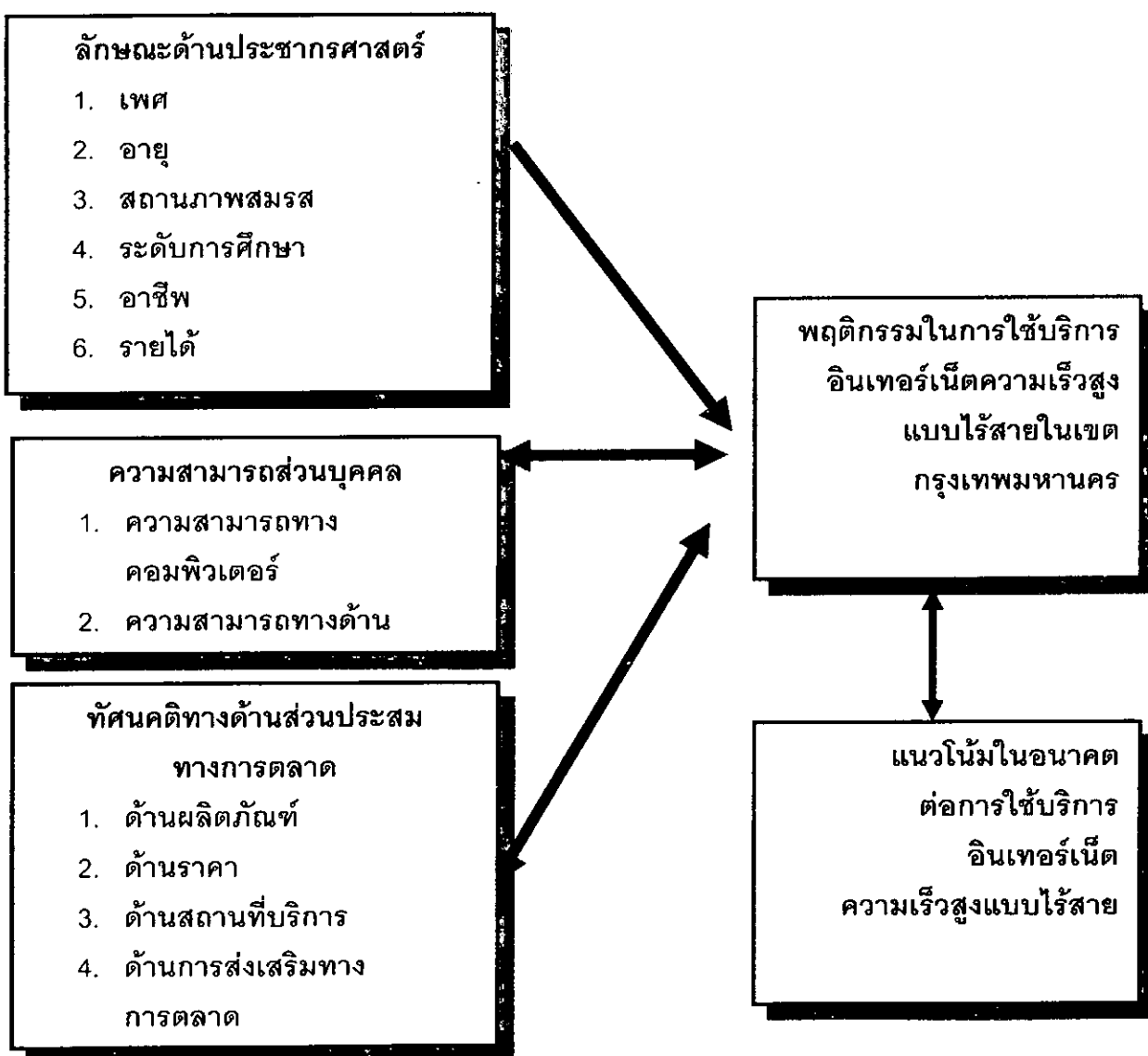
7. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษา เพื่อการวางแผนทางด้านการตลาดของธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย (Internet Wi-Fi) ผู้รวบรวมมีความคิดว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้น จะเป็นข้อมูลที่สำคัญต่อการวางแผนทางด้านการตลาด ดังนั้นจึงมีกรอบแนวคิดในการวิจัย เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้ที่มีต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย (Internet Wi-Fi) ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร รายละเอียดดังภาพประกอบ

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีความสามารถส่วนบุคคลประกอบด้วย ความสามารถทางคอมพิวเตอร์ ความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน
3. ทศนคติทางด้านส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่บริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย
4. พฤติกรรมในการในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในอนาคตต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ค้นคว้าได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรม (Behavior) ได้มีผู้ให้ความหมายดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 4) ผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่ซื้อสินค้าเพื่อใช้ส่วนตัวและครอบครัว

ธงชัย สันติวงศ์ (2533 :4) ผู้บริโภค หมายถึง ใครก็ตามที่ใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการเพื่ออุปโภคบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของตนทั้งที่เป็นความต้องการทางร่างกายและเพื่อความพึงพอใจต่างๆ

เซฟแมน และคานุก (Schiffman and Kanuk. 1994 : 658) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และการบริการซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของตน

ปริญ ลักษิตานนท์ (2544 : 54) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีส่วนกำหนดการกระทำและเกิดก่อนหน้านั้น ซึ่งกระบวนการที่มีก่อนหน้านั้นหมายถึงลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคในขณะที่ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้นซึ่งจะมีกระบวนการทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาที่มีส่วนสร้างสม และขัดเกลาทัศนคติ รวมทั้งค่านิยม

ดารา ทีปะปาล (2524 : 3) ได้สรุปเป็นความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ จะเห็นได้ว่าการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นไม่เพียงแต่เป็นการศึกษาเฉพาะว่าผู้บริโภคตัดสินใจใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อันได้แก่ เวลา เงิน ความพยายาม เพื่อเลือกซื้อสินค้าและบริการ อะไรเท่านั้น แต่ยังศึกษาครอบคลุมถึงว่า ทำไม (Why) เขาจึงซื้อ ซื้อเมื่อไหร่ (When) ซื้อที่ไหน

(Where) ซื้อมาอย่างไร (How) ซื้อมาบ่อยแค่ไหน (How often) ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 :125) ที่กล่าวถึงคำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws 1H เพื่อหาคำตอบ 7 ประการหรือ 7Os

จากความหมายของพฤติกรรมที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำ หรือการแสดงออกใดๆ ของมนุษย์ ที่แสดงปฏิกิริยาออกมาตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอกอย่างมีความสัมพันธ์ เพื่อสนองความต้องการของตนทั้งที่เป็นความต้องการทางร่างกายและเพื่อความพึงพอใจต่างๆ

ทฤษฎีพื้นฐานของพฤติกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อ

คอตเลอร์ (Kotler 1994: 173), ได้กล่าวถึงรูปแบบของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Model of Consumer Behavior)

ปัจจัยซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย

สิ่งเร้า (Stimuli) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สิ่งเร้าทางการตลาด (Marketing Stimuli) หมายถึง องค์ประกอบทางการตลาดซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแบ่งเป็น

- สินค้า (product)
- ราคา (price)
- ช่องทางการจัดจำหน่าย (place)
- การส่งเสริมการขาย (promotion)

2. สิ่งเร้าอื่น ๆ (Other Stimuli) แบ่งเป็นสิ่งเร้าทางด้าน

- เศรษฐกิจ
- เทคโนโลยี
- การเมือง
- วัฒนธรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (Factors Influencing Buying Behaviour)

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม

เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความต้องการและแสดงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค บุคคลเรียนรู้วัฒนธรรมด้วยการถูกสร้างสมมาตั้งแต่วัยเยาว์ผ่านทางสถาบันครอบครัวและสถาบันอื่นๆ ที่บุคคลเกี่ยวข้อง ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อยและชนชั้นของสังคม

2. ปัจจัยทางสังคม

บุคคลเรียนรู้จากการอยู่ร่วมกันในสังคมและบุคคลในสังคมเดียวกัน มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันมากกว่าบุคคลที่อยู่ต่างสังคม และอิทธิพลจากสังคมนี้อาจส่งผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคของบุคคล ได้แก่ กลุ่มอิทธิพล ครอบครัว บทบาทและสถานะ

3. ปัจจัยส่วนบุคคล

เป็นปัจจัยอันเกิดขึ้นและเกี่ยวข้องกับบุคคลเอง อันได้แก่ อายุ วงจรชีวิต อาชีพ ภาวะเศรษฐกิจ การดำเนินชีวิต

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา

เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภคนอกเหนือไปจากปัจจัยพื้นฐานที่ได้กล่าวมาแล้ว ประกอบด้วยลักษณะทางจิตวิทยา 4 ประการดังนี้

4.1 การจูงใจ (Motivation)

4.2 การรับรู้ (Perception)

4.3 การเรียนรู้ (Learning)

4.4 ความเชื่อและทัศนคติ (Beliefs and attitudes)

ซึ่งปัจจัยทั้ง 4 ประการจัดว่าเป็น Environmental learning ซึ่งทำให้เกิดเป็นรูปแบบในการดำเนินชีวิตของบุคคล (Life Style)

Decision Process Models

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1. การเล็งเห็นปัญหา (Activation) เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคถึงช่องว่างระหว่างสถานะที่ผู้บริโภคปรารถนา กับสถานะที่เป็นจริงที่ผู้บริโภคประสบอยู่ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2539 : 69-73) เมื่อช่องว่างที่เกิดขึ้นมากพอจึงทำให้ผู้บริโภคต้องตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างเพื่อลดช่องว่างดังกล่าว

2. การแสวงหาข่าวสารและการประเมินทางเลือก (Search and evaluation) เมื่อผู้บริโภคเล็งเห็นปัญหาก็จะพยายามรวบรวมและสะสมข่าวสารที่เกี่ยวข้องในการแก้ปัญหาความต้องการโดยอาศัยข่าวสารทั้งจากแหล่งภายในและภายนอก เพื่อนำมาประเมินค่าทางเลือกที่เหมาะสม

3. ความตั้งใจ (Intention) เป็นกระบวนการหนึ่งที่เกิดขึ้นโดยเกี่ยวข้องกับทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้า ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจของผู้บริโภคในพฤติกรรมการซื้อภายหลังจากที่ผู้บริโภคได้ประเมินทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดแล้ว

4. การตัดสินใจ (Decision) ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญเนื่องจากก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchase) ถือเป็นการได้มาซึ่งทางเลือกที่ยอมรับได้ ในขณะที่หากเกิดความสงสัยขึ้นภายหลังจากการตัดสินใจซื้อจะส่งผลกระทบกลับไปถึงความทรงจำของผู้บริโภคและอาจนำมาสู่การตัดสินใจพิจารณาทางเลือกที่น่าสนใจกว่า

5. การบริโภคหรืออุปโภค (Consumption) เป็นการบริโภคหรืออุปโภคทางเลือกที่ได้เลือกมาซึ่งจะเกิดผลสองทางคือ ความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจในการบริโภคนั้น ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวก็จะถูกนำไปเก็บไว้ในความทรงจำของผู้บริโภคเช่นกัน

Variants of Decision Process

ในขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้น อาจได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ และการเรียนรู้จากการบริโภคที่ผ่านมาในอดีต ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ขั้นตอนหลังการบริโภค (Post Purchase) มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อในครั้งต่อไป ดังจะอธิบายได้ดังนี้

1. การเรียนรู้ที่ผ่านมา (Earlier Learning) เมื่อผู้บริโภคพอใจในสินค้าที่บริโภคก็จะเก็บความทรงจำที่ดีเกี่ยวกับการบริโภคสินค้านั้น และถ้าต้องตัดสินใจบริโภคสินค้านั้นอีกครั้ง ก็สามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้ในทันที โดยลดเวลาในแต่ละขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อ

2. การรับรู้ระหว่างการบริโภค (Evaluation and Attitude Formation During Consumption) การเรียนรู้และการสร้างทัศนคติต่อสินค้าของผู้บริโภคเกิดขึ้นในระหว่างการบริโภคสินค้า โดยที่ผู้บริโภคจะได้รับรู้และสัมผัสกับสินค้าโดยตรง ดังนั้นจึงเป็นการช่วยให้ผู้บริโภคสามารถประเมินค่าทางเลือกได้ง่ายขึ้น

การสร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้าของผู้บริโภคมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อในครั้งต่อไป ดังนั้นการสร้าง Brand Image ที่ดีของสินค้า และการตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำต่อไป (Repurchase) ในอนาคต

จากแนวคิดทางทฤษฎีสามารถแสดงถึงพฤติกรรมการบริโภคที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังแผนภาพ

จากความหมายของทัศนคติที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง การกระทำ หรือการแสดงออกทางพฤติกรรมที่สอดคล้องกับความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจใดๆ ของมนุษย์ ซึ่งไม่ค่อยจะมีการเปลี่ยนแปลงถ้าไม่มีแรงกระตุ้น หรือการเรียนรู้

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ มีขั้นตอนดังนี้

K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้

A = Attitude เป็นการเกิดทัศนคติ เมื่อเกิดความรู้ในขั้นต่อมาจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบทราบแล้วชอบหรือไม่

P= Practice เป็นการเกิดการกระทำหลังจากที่เกิดความรู้ และทัศนคติแล้วก็จะเกิดการกระทำ

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า สิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วยแนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่าง หรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลาง หรือผู้ค้าปลีก

2. ทัศนคติเป็นเรื่องของสิ่งสะสมในสมองที่ได้เรียนรู้มา (Attitudes are a learned predisposition) สิ่งที่สมองสะสม ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม มีการตกลงกันว่าทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลมาจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้อมูลที่ได้จากคนอื่น และการเปิดรับจากสื่อมวลชน

3. ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลงมีแนวโน้มจะคงเส้นคงวา (Attitude have consistency) คือ ทัศนคติในทุกๆ เรื่องมีความสอดคล้องกันเป็นไปในทางเดียวกัน เช่น ถ้าเรื่องความอิสระเสรี ก็จะไม่ชอบให้ใครบังคับและเมื่อใดก็ตามที่ไม่สอดคล้องกันเขาจะเกิดความหงุดหงิด ถ้าไม่เกิดความหงุดหงิด พฤติกรรมกับทัศนคติต้องสอดคล้องกัน และมีผลต่อจิตใจมาก ลักษณะของทัศนคติ ก็คือ ความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่ แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรเสมอไป สามารถเปลี่ยนแปลงได้

4. ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้สภาวะแวดล้อม (Attitudes occur within a situation) ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้เหตุการณ์ และสถานการณ์ที่สิ่งแวดล้อมถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ หมายถึงเหตุการณ์หรือโอกาส ซึ่งมีลักษณะเฉพาะด้านเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรมสถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติได้

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามมุ่งใจให้เกิดความเห็นชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง (เสรีวงษ์มณฑา. 2542 : 11) ซึ่งส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล โดยที่ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้
2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรือราคาเป็นต้นทุน (Cost) ที่ลูกค้าจ่ายเงินไปเพื่อให้ได้รับสินค้าหรือบริการนั้นมา โดยที่จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์ กับราคา (Price) ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น
3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและ กิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง เป็นต้น
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมซื้อ การสื่อสารอาจจะใช้บุคคลหรือไม่ใช้บุคคลก็ได้ เครื่องมือติดต่อสื่อสารมีหลายรูปแบบอาจเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication (IMC)) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้
 - 4.1 การโฆษณา (Advertising) หมายถึง เป็นกิจกรรมในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร หรือผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดเห็น ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ
 - 4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) หมายถึง เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดตลาดโดยใช้บุคคล
 - 4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง กิจกรรมที่นอกเหนือจากงานโฆษณาการขายโดยใช้พนักงาน และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ ซึ่งได้แก่ การลด แลก แจก แถม

4.4 การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations) การให้ข่าวสารเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อโครงการให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวสารเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) มีความหมายกว้างครอบคลุม ไปถึงสิ่งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม แล้วแต่มิติและรูปแบบการนำไปใช้หรือการจัดการ มีผู้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศไว้ในมุมมองต่างๆ ว่า

“การประยุกต์ความรู้ความเข้าใจ ในระบบการสื่อสาร และการใช้คอมพิวเตอร์บนฐานข้อมูลเดียวกัน ในการค้นหาข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูล และการติดต่อสื่อสารด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง” (Toffler :1980)

“ความรู้ในผลิตภัณฑ์ หรือคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ การติดต่อสื่อสาร การรวบรวมและการนำข้อมูลมาใช้อย่างทันการณ์ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพทั้งด้านการผลิต การบริการ การบริหาร และการดำเนินการ รวมทั้งเพื่อการศึกษา และการเรียนรู้ ซึ่งจะส่งผลต่อความได้เปรียบทางด้านเศรษฐกิจการค้า และการพัฒนาด้านคุณภาพชีวิต และคุณภาพของประชาชนในสังคม” (คณะกรรมการเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. กันยายน – ตุลาคม 2536:4)

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยี เกี่ยวกับการดำเนินงานต่างๆ เพื่อจัดทำสารสนเทศไว้ใช้งาน ซึ่งจะประกอบไปด้วย เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยี คมนาคมเป็นหลัก รวมถึงเทคโนโลยีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กับการนำข้อมูลข่าวสารมาใช้ให้เป็นประโยชน์ โดยมีคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการจัดการ และจัดเก็บข้อมูล ส่วนการสื่อสารโทรคมนาคม ใช้เป็นสื่อในการจัดส่งข้อมูล เผยแพร่ภาพ และเสียงออกไปเพื่อสื่อสารกัน

ปัจจุบันเป็นยุคสังคมข่าวสารหรือยุคเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่คนทั่วโลก สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารร่วมกันได้ ระบบข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน และยุคอนาคตนั้น จะต้องมีการจัดอย่างเป็นระบบโดยอาศัย พัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสาร ซึ่งเป็นการผสมผสานกันระหว่าง เทคโนโลยีโทรคมนาคม และเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น และยังช่วยลดอุปสรรคในเรื่องของระยะทางและระยะเวลาในการติดต่อสื่อสาร สามารถติดต่อหรือโต้กลับระหว่างกัน (Interactive) ตามหลักทฤษฎีการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication)

ด้วยเทคโนโลยีทางการสื่อสารสมัยใหม่ ข้อมูลข่าวสารเดินทางบนทางด่วนข้อมูล (Information Superhighway) ซึ่งทำหน้าที่เป็นถนนสำหรับการขนถ่ายข้อมูลจำนวนมากมายมหาศาลด้วยความเร็ว

สูง และส่งผ่านข้อมูลแบบสื่อประสม (Multimedia) บนระบบข่ายงาน (Information Network) โดยใช้โทรศัพท์เป็นตัวเชื่อมต่อระบบการสื่อสารทางไกล ให้ติดต่อสื่อสารถึงกันได้ทั่วโลกอย่างเช่นระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเข้ามามีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดความเคลื่อนไหวอย่างมากมาย ในหลายวงการ โดยเฉพาะวงการธุรกิจซึ่งให้บริการสารสนเทศ สาธารณะบริการขายข้อมูล การโฆษณาสินค้า การขายสินค้า และบริการ การขายหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ หรือแม้แต่การหาเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น

ยิ่งเวลาผ่านไปมากเท่าใด เทคโนโลยีสารสนเทศยังมีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนเรามากขึ้น ในปัจจุบันมีการใช้ประโยชน์มากมายจากระบบคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตซึ่งนอกจากจะช่วยในการค้นคว้าหาข้อมูลข่าวสาร และการติดต่อสื่อสารแล้ว ยังเป็นสื่อกลางหรือช่องทางการค้าในมิติใหม่ ของผู้ที่ต้องการซื้อขายสินค้าและบริการได้ติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือตกลงซื้อขายกันได้อย่างสะดวก และรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีทำให้การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นรูปธรรมมากขึ้น และเริ่มได้รับความนิยมใช้งานกันแพร่หลาย

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต

<http://www.nectec.or.th/courseware/internet/internet-tech/>

ความหมายของอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต (Internet) คือ เครือข่ายของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ระบบต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกัน มาจากคำว่า Inter Connection Network

อินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ที่มีขนาดใหญ่ เครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องทั่วโลก สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้โดยใช้มาตรฐาน ในการรับส่งข้อมูลที่เป็นหนึ่งเดียว หรือที่เรียกว่าโปรโตคอล (Protocol) ซึ่งโปรโตคอล ที่ใช้บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีชื่อว่า ทีซีพี/ไอพี (TCP/IP : Transmission Control Protocol/Internet Protocol)

ลักษณะของระบบอินเทอร์เน็ต เป็นเสมือนใยแมงมุม ที่ครอบคลุมทั่วโลก ในแต่ละจุดที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตนั้น สามารถสื่อสารกันได้หลายเส้นทาง ตามความต้องการ โดยไม่กำหนดตายตัว และไม่จำเป็นต้องไปตามเส้นทางโดยตรง อาจจะผ่านจุดอื่น ๆ หรือ เลือกไปเส้นทางอื่นได้หลาย ๆ เส้นทาง การติดต่อสื่อสาร ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นั้นอาจเรียกว่า การติดต่อสื่อสารแบบไร้มิติ หรือ Cyberspace

ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเรา หลายๆ ด้าน ทั้งการศึกษา พาณิชยกรรม ธุรกรรม วรรณกรรม และอื่นๆ ดังนี้

ด้านการศึกษา

- สามารถใช้เป็นแหล่งค้นคว้าหาข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลด้านการบันเทิง ด้านการแพทย์ และอื่นๆ ที่น่าสนใจ
- ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จะทำหน้าที่เสมือนเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่
- นักศึกษาในมหาวิทยาลัย สามารถใช้อินเทอร์เน็ต ติดต่อกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อค้นหาข้อมูลที่กำลังศึกษาอยู่ได้ ทั้งที่ข้อมูลที่เป็น ข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหวต่างๆ เป็นต้น

ด้านธุรกิจและการพาณิชย์

- ค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจ
- สามารถซื้อขายสินค้า ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- ผู้ใช้ที่เป็นบริษัท หรือองค์กรต่าง ๆ ก็สามารถเปิดให้บริการ และสนับสนุนลูกค้าของตนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ เช่น การให้คำแนะนำ สอบถามปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า แจกจ่ายตัวโปรแกรมทดลองใช้ (Shareware) หรือโปรแกรมแจกฟรี (Freeware) เป็นต้น

ด้านการบันเทิง

- การพักผ่อนหย่อนใจ สันทนาการ เช่น การค้นหาวารสารต่าง ๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่า Magazine Online รวมทั้งหนังสือพิมพ์และข่าวสารอื่นๆ โดยมีภาพประกอบ ที่จอคอมพิวเตอร์เหมือนกับวารสาร ตามร้านหนังสือทั่วไป
- สามารถฟังวิทยุผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้
- สามารถดึงข้อมูล (Download) ภาพยนตร์ตัวอย่างทั้งภาพยนตร์ใหม่ และเก่า มาดูได้

โดยสรุปอินเทอร์เน็ต ได้นำมาใช้เป็นเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว และเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการตัดสินใจ และบริหารงานทั้งระดับบุคคลและองค์กร

อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2529 อาจารย์กาญจนา กาญจนสุด จากสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) ร่วมกับ อาจารย์โทโมโนริ คิมูระ จากสถาบันเดียวกัน ร่วมสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยอาศัย

- โมเด็ม NEC ความเร็ว 2400 Baud
- เครื่องคอมพิวเตอร์พีซี NEC
- สายโทรศัพท์ทองแดง

โดยเครือข่ายที่ได้ วิ่งด้วยความเร็ว 1200 - 2400 Baud และมีเสียงดังมาก จากนั้นได้ปรับเปลี่ยนไปให้บริการไทยแพค ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ซึ่งใช้เทคโนโลยี X.25 ผ่านการหมุนโทรศัพท์ไปยังศูนย์บริการของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ทำการรับส่งอีเมลกับมหาวิทยาลัยโตเกียว และมหาวิทยาลัยเมลเบิร์น โดยใช้โปรแกรม UUCP ตลอดจนส่งอีเมลไปยังบริษัท UUNET ที่เวอร์จิเนีย สหรัฐอเมริกา และนำมาใช้กับงานของอาจารย์ และงานสอนนักศึกษาในเวลาต่อไป

นับได้ว่า อาจารย์กาญจนา กาญจนสุด เป็นบุคคลแรกที่เริ่มใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์รายแรก ของประเทศไทย

หลังจากนั้นได้มีความร่วมมือระหว่างรัฐบาลออสเตรเลีย ภายใต้โครงการ The International Development Plan (IDP) ได้ให้ความช่วยเหลือกับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (มอ.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย พัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์ไทยขึ้นมา ในปี พ.ศ. 2531 โดยให้มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย มีหน้าที่เป็นศูนย์กลางของประเทศไทยในการเชื่อมโยงไปที่เครื่องแม่ข่าย ของมหาวิทยาลัยเมลเบิร์น และตั้งชื่อโครงการนี้ว่า TCSNet - Thai Computer Science Network โดยมีการติดต่อผ่านเครือข่ายวันละ 2 ครั้ง จ่ายค่าใช้จ่ายปีละ 4 หมื่นบาท และใช้ซอฟต์แวร์ SUNIII ซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการ UNIX ประเภทหนึ่ง ที่แพร่หลายในเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของออสเตรเลีย (Australian Computer Science Network - ACSNet)

ซอฟต์แวร์ SUNIII เป็นโปรแกรม UNIX ที่สามารถรับส่งข้อมูลไปกลับได้เลยในการติดต่อครั้งเดียว ประกอบด้วยเครือข่ายการส่งข้อมูลระบบ Multiple Hops ทำให้แตกต่างจาก UUCP ตรงที่ผู้ใช้ไม่ต้องใส่คำสั่ง และบอกที่อยู่ของจุดหมายปลายทางผ่านระบบทางไกล เพราะเครือข่าย SUNIII สามารถหาที่อยู่ของปลายทาง และส่งข้อมูลได้เอง โปรแกรมนี้ทำงานได้ดีทั้งกับสายเช่าแบบถาวร (Dedicated Line) สายโทรศัพท์ธรรมดาที่ติดต่อแบบ Dial-up และสายที่ใช้ X.25

นอกจากนี้สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย ยังเป็นศูนย์เชื่อมต่อ (Gateway) ระหว่างประเทศไทย กับ UUNET อันส่งผลให้นักวิชาไทยทั่วไป สามารถใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างกว้างขวาง

ปี พ.ศ. 2534 อาจารย์ทวีศักดิ์ กอนันต์กุล อาจารย์ภาควิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้จัดตั้งศูนย์อีเมลแห่งใหม่ โดยใช้โปรแกรม MHSNet และใช้โมเด็ม 14.4 Kbps (ซึ่งเร็วที่สุดในประเทศไทยในขณะนั้น) และทำหน้าที่แลกเปลี่ยนข้อมูลกับเครื่อง Munnari ของออสเตรเลีย กับมหาวิทยาลัยต่างๆ ในประเทศผ่านโปรแกรม UUCP

เครือข่ายแห่งใหม่นี้ ประกอบด้วยมหาวิทยาลัยต่างๆ ใน TCSNet และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ตลอดจนศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) และใช้ชื่อโครงการว่า "โครงการเชื่อมเครือข่ายไทยสารเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต่างประเทศ"

หลังจากนั้นเนคเทค ก็ได้พัฒนาเครือข่ายอีกเครือข่ายขึ้นมา โดยใช้ X.25 รวมกับ MHSNet และใช้โปรโตคอล TCP/IP เกิดเป็นเครือข่ายไทยสาร "Thai Social/Scientific Academic and Research Network - ThaiSarn" ในปี พ.ศ. 2535

ปลายปี 2535 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เช่าซื้อสายเคเบิลวงจร 9.6 Kbps จากการสื่อสารแห่งประเทศไทย เพื่อเชื่อมกับ UUNET สหรัฐอเมริกา ทำให้จุฬาฯ เป็นศูนย์กลางแห่งใหม่สำหรับเครือข่ายภายใต้ชื่อ ThaiNet อันประกอบด้วย AIT, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และให้สมาชิกไทยสารใช้สายเชื่อมนี้ได้โดยผ่านทางเนคเทคอีกด้วย ภายใต้ระเบียบการใช้อินเทอร์เน็ต (Appropriate Use Policy - AUP) ของ The National Science Foundation (NSF)

และปี 2537 เนคเทค ได้เช่าซื้อสายเคเบิลสายที่สอง ที่มีขนาด 64 Kbps ต่อไปยังบริษัท UUNET ทำให้มีผู้ใช้เพิ่มมากขึ้น จาก 200 คนในปี 2535 เป็น 5,000 คนในเดือนพฤษภาคม 2537 และ 23,000 คนในเดือนมิถุนายน ของปี 2537

AIT ทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมภายในประเทศระหว่าง ThaiNet กับ ThaiSarn ผ่านสายเช่า 64 Kbps ของเครือข่ายไทยสาร

ปี พ.ศ. 2538 รัฐบาลไทย เปิดบริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ โดยมีบริษัทอินเทอร์เน็ตแห่งประเทศไทย จำกัด อันเป็นบริษัทถือหุ้นระหว่าง การสื่อสารแห่งประเทศไทย องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย และสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) โดยใช้สายเช่าเคเบิล

วงจรรขนาด 512 Kbps ไปยัง UUNet โดยถือว่าเป็นบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตรายแรกของประเทศไทย และได้เพิ่มจำนวนจนเป็น 18 บริษัทในปัจจุบัน

ระบบอินเทอร์เน็ตของประเทศไทย

โครงสร้างของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปัจจุบัน (พ.ศ. 2547) ประกอบด้วย ISP 18 ราย และผู้ให้บริการแบบไม่หวังผลกำไรอีก 4 ราย แต่มีรูปแบบของรับ/ส่งสัญญาณที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ ISP ทุกราย (ทั้งเชิงพาณิชย์และไม่หวังผลกำไร) จะต้องเช่าช่องสัญญาณจากจากผู้ให้บริการวงจรสื่อสารอีกต่อหนึ่ง โดยแบ่งเป็น

ช่องสัญญาณการเชื่อมต่อภายในประเทศ - ISP สามารถเลือกเช่าช่องสัญญาณได้โดยเสรี ทั้งจาก ทศท., กสท., TelecomAsia, DataNet โดยวงจรของทุกราย จะเชื่อมต่อกับจุดแลกเปลี่ยนสัญญาณภายในประเทศ เพื่อความรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนข้อมูล นั่นคือ การติดต่อสื่อสารระหว่างคู่สื่อสารในประเทศไทย สามารถทำได้สะดวก ไม่ว่าคู่สื่อสารนั้น จะใช้บริการของ ISP รายใดก็ตาม ทั้งนี้ จุดแลกเปลี่ยนในปัจจุบันได้แก่ IIR (Internet Information Research) ของเนคเทคและ NIX (National Internet Exchange) ของ กสท.

ช่องสัญญาณการเชื่อมต่อระหว่างประเทศ - ISP จะต้องผ่าน กสท. เท่านั้น เนื่องจากกฎหมายปัจจุบันยังไม่ให้อนุญาตให้ทำการส่งข้อมูลเข้า-ออกของไทย โดยปราศจากการควบคุมของ กสท. โดย ISP จะเชื่อมสัญญาณเข้ากับ IIG (International Internet Gateway)

กิจกรรมที่ใช้งานบนอินเทอร์เน็ต

จากการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ของ สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (กทสช.) ในช่วงเดือนกันยายน-ตุลาคม 2546 จะเห็นได้ว่า การใช้งานเพื่อการค้นหาข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 31.9 นั้นมีผู้นิยมใช้มากที่สุด รับ-ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 31.6 และติดตามข่าว ร้อยละ 14.1 ตามลำดับ (ที่มา :

<http://www.nitc.go.th/internetuser/survey2003.html>)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย (Internet Wi-Fi)

จากอดีต

ก่อนที่จะทำความเข้าใจในเรื่องของอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูงนั้น ขอทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องระบบเน็ตเวิร์ค (Network) เสียก่อน ระบบเน็ตเวิร์คคือการ เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์หลายๆ เครื่อง เพื่อประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันหรือที่เรียกว่า การแชร์ข้อมูล (Sharing) เพื่อใช้งาน อย่างเช่น การแชร์อินเทอร์เน็ต คือ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพียงเครื่องเดียว เครื่องอื่นๆ ที่อยู่ ในเครือข่ายก็สามารถใช้งาน อินเทอร์เน็ต ได้ด้วย ซึ่งการต่อเชื่อมคอมพิวเตอร์หลายๆเครื่องเข้าด้วยกันนี้ แต่เดิมนั้นเราจะใช้สาย Lan ต่อเข้ากับ Lan card ของเครื่องคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่อง เพื่อจะเชื่อมต่อ เข้าหากัน ซึ่งการต่อแบบใช้สายนี้มันมีค่าใช้จ่ายไม่แพงมาก แต่จะยุ่งยากเนื่องจากต้องเรียกช่างมา เดินสาย Lan เหมือนกับเดินสายไฟภายในบ้าน

ปัจจุบัน

เทคโนโลยีได้มีการพัฒนาก้าวหน้าไปไกล ได้มีการนำคลื่นมาใช้ประโยชน์ในการเชื่อมต่อ ที่เรา เรียกว่า ระบบเทคโนโลยี Lan ไร้สาย 802.11 เกิดจากการพัฒนาของสถาบันวิศวกรไฟฟ้า และ อิเลค โทรนิค หรือ Institute of Electrical and Electronics Engineering (IEEE) นั่นเอง คนส่วนใหญ่เลย เรียกเทคโนโลยีนี้ว่า IEEE 802.11 ซึ่งก็ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จาก 802.11 ธรรมดา มา เป็น 802.11b 802.11a 802.11g ซึ่งแตกต่างกันในเรื่องของความเร็ว ที่ใช้รับส่งข้อมูลเป็นหลัก Wi-Fi คืออะไร

Wi-Fi ก็คือองค์การหนึ่ง ที่ทดสอบผลิตภัณฑ์ Wireless Lan หรือระบบ Network แบบไร้สาย ภายใต้เทคโนโลยีการสื่อสาร ที่มีมาตรฐาน IEEE 802.11 ว่าอุปกรณ์ทุกตัวซึ่งต่างยี่ห้อกันนั้น สามารถ ติดต่อสื่อสารกันได้โดยไม่มีปัญหา หากว่าอุปกรณ์ตัวนั้นมันผ่านตามาตรฐาน องค์การนี้ประทับ ตรา WIFI certified ซึ่งเป็นการยืนยันว่าอุปกรณ์ชิ้นดังกล่าวนั้น สามารถติดต่อสื่อสารกับอุปกรณ์ตัวอื่นๆ ที่มีตรา WIFI certified ประทับได้เช่นกัน ซึ่งก็ส่งผลให้มีการพูดหรือกล่าวถึงจนติด ว่าอุปกรณ์ชิ้นนี้เป็น อุปกรณ์ไร้สาย เช่น Notebook ตัวนี้ หรือ PDA ตัวนี้รองรับเทคโนโลยี Wi-Fi นั่นก็หมายความว่า อุปกรณ์ชิ้นนี้ สามารถติดต่อสื่อสารกับเครื่องตัวอื่นในระบบ Network แบบไร้สายได้ โดยอยู่ภายใต้ มาตรฐานเทคโนโลยี 802.11

802.11 คืออะไร

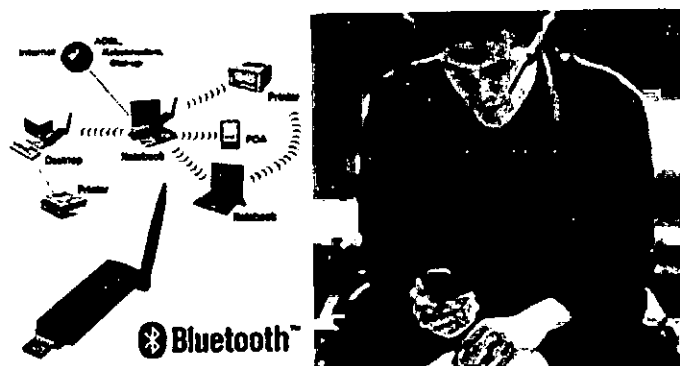
สำหรับเลข 802.11 นั้นเป็น เทคโนโลยีมาตรฐานแบบเปิด ซึ่งกำหนดโดย Institute of Electrical and Electronics Engineering (IEEE) โดยเลขหลักตัวหน้ามันจะเหมือนกัน แต่ความแตกต่างของ เทคโนโลยีจะกำหนดด้วยตัวอักษรด้านหลัง เช่น 802.11b, 802.11a, 802.11g

	Through put	Range	Frequen cy	Hot-spot access	Power drain	Interfere nce risk	Cost
802.11b	5Mbps	150 feet	2.4GHz	Excellen t	Moderat e	High	Low
802.11g	20Mbps	150 feet	2.4GHz	Excellen t	Moderat e	High	Moderat e
802.11a	22Mbps	100 feet	5GHz	Poor	High	Low	High
Bluetooth	500Kbp s	30 feet	2.4GHz	Poor	Low	High	Moderat e

บลูทูธ (Bluetooth) คืออะไร

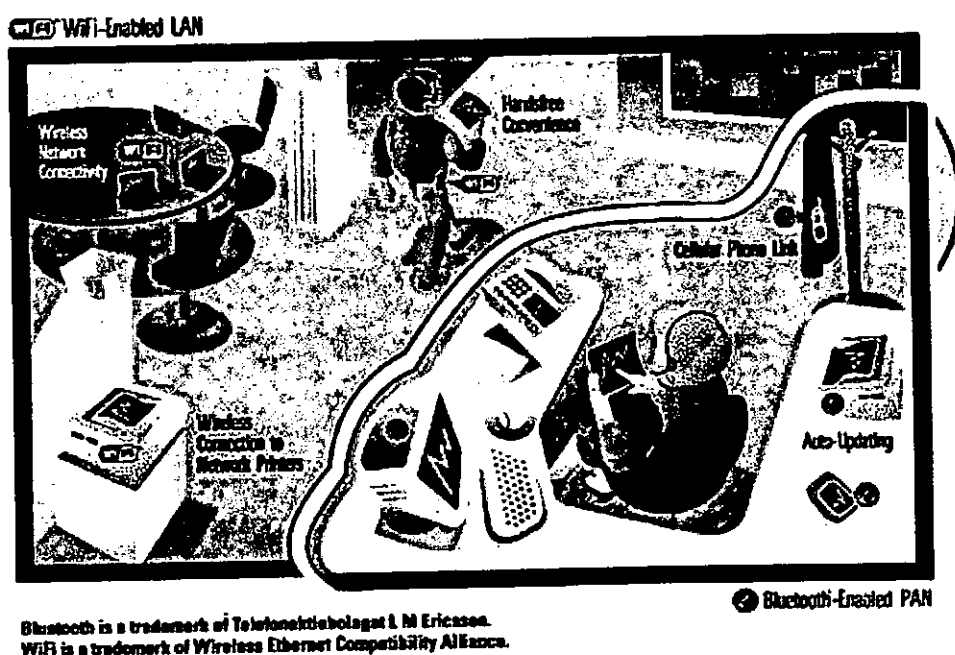
บลูทูธ (Bluetooth) คือ เทคโนโลยีที่สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ติดต่อสื่อสาร สำหรับระบบเน็ตเวิร์คเล็กๆ โดยการเชื่อมโยงอุปกรณ์ ตั้งแต่สองตัวเข้าหากันด้วยความถี่คลื่นที่ 2.4 GHz ซึ่งมีระยะการทำงานที่สั้นมากคือได้ประมาณ 30 ฟุตเป็นอย่างมากในที่โล่ง จุดประสงค์ที่สร้าง Bluetooth ขึ้นมาก็เพื่อมาแทนที่สายไฟที่ระเกะระกะ ในการเชื่อมโยงอุปกรณ์สองตัวเข้าหากัน เช่น Palm กับ โทรศัพท์มือถือ หรือ โทรศัพท์มือถือ กับ Small talk แต่การใช้งานของ Bluetooth กับ Wi-Fi นั้นจะแตกต่างกัน ถึงแม้จะใช้ความถี่คลื่นเดียวกันที่ 2.4 GHz แต่ Bluetooth กับ Wi-Fi ไม่สามารถใช้งานร่วมกันได้

Bluetooth มีข้อจำกัดนอกจากเรื่องของระยะทางที่สั้นแล้ว เรื่องของความเร็วในการรับส่งข้อมูลก็ยังต่ำกว่า Wi-Fi อีกด้วย หากเอามาใช้งานการส่งข้อมูลไม่มาก เช่น เอามาใช้ Hotsync กับเครื่อง Palm หรือ Beam file จากเครื่องหนึ่งไปอีกเครื่อง แต่ถ้าใช้เครื่องคอมพิวเตอร์สองตัวมาทำระบบ Network โดยใช้ Bluetooth การรับส่งข้อมูลจะช้ามาก เหมาะกับระบบเน็ตเวิร์คขนาดเล็กหรือเน็ตเวิร์คส่วนตัว ที่ภาษาอังกฤษเรียกว่า PAN (Personal area network)



ภาพประกอบ 2 โครงสร้างการเชื่อมต่อของ Bluetooth

Wi-Fi เป็นการสื่อสารด้วยเทคโนโลยี 802.11 ซึ่งมีข้อดี คือสามารถส่งข้อมูลแบบไร้สายได้รวดเร็ว ดังนั้นมันจึงเหมาะที่จะนำมาสร้างเครือข่ายไร้สายสำหรับการเชื่อมคอมพิวเตอร์เข้าหากัน หรืออาจจะเอา PDA มาเชื่อมกับคอมพิวเตอร์ก็ยังได้หาก PDA รุ่นนั้นๆ สนับสนุน Wi-Fi การทำงานสามารถสื่อสารได้ไกลกว่าการใช้ Bluetooth ,เป็นที่นิยมมากกว่า และ Wi-Fi คือระบบที่มีการทำงานคล้ายกับระบบ Network แบบมีสายมากที่สุด โดยเฉพาะ เทคโนโลยี 802.11b ซึ่งมีความเร็ว 11 Mb/s ซึ่งเป็นที่นิยมมากที่สุด แต่ในอนาคตก็คงจะมีการพัฒนาให้มันส่งข้อมูลได้เร็วมากขึ้นไปอีก

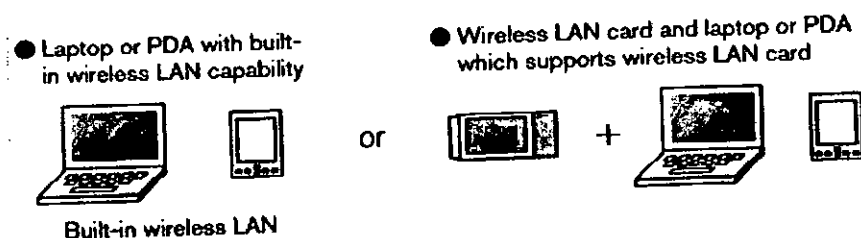


ภาพประกอบ 3 เครือข่ายในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย

Hot spot คืออะไร (Wi-Fi นอกบ้าน)

ก่อนที่จะทราบความหมายของ Hot-Spot ขอกล่าวถึงวิธีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตนอกสถานที่ ซึ่งในปัจจุบันการใช้งานอินเทอร์เน็ตขณะอยู่นอกบ้านนั้น สามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ เช่น

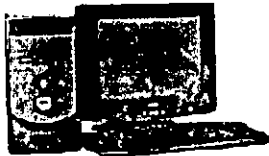
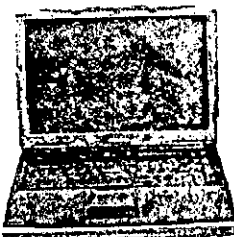
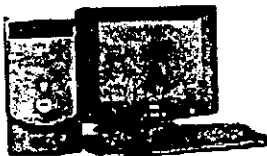
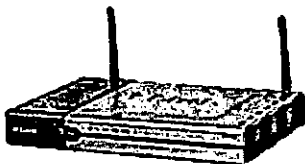
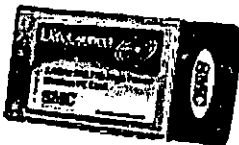
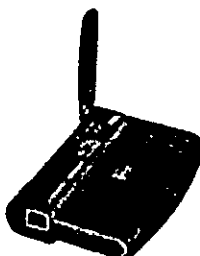
1. เข้าร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ (Internet Café) ซึ่งเป็นวิธีที่ประหยัดที่สุด ค่าใช้จ่ายตกประมาณชั่วโมงละ 30-50 บาทโดยเฉลี่ย ข้อดี คือ สะดวกง่าย ข้อเสีย คือผู้ใช้ไม่สามารถใช้ข้อมูลส่วนตัวที่ทำงานบนเครื่อง PC ที่บ้าน หรือมีวิธีการยุ่งยาก ส่วนใหญ่ผู้ใช้จะค้นหาข้อมูลจาก www , เช็ค email หรือ chat เสียมากกว่า และเรื่องของความปลอดภัยในข้อมูลที่เรารอกไว้ที่เครื่อง PC ในร้านก็ค่อนข้างเสี่ยง และความเร็วของอินเทอร์เน็ตในแต่ละร้านไม่คงที่
2. ใช้ GPRS โดยนำ Notebook หรือ PDA ต่อ อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือผ่านระบบ GPRS ข้อดี สามารถใช้งานได้ทุกที่ที่มีคลื่นโทรศัพท์ ข้อเสีย โดยคิดค่าใช้จ่ายตามปริมาณข้อมูลรับส่งในเรื่องของความเร็ว GPRS นั้น มีความเร็วที่ประมาณ 40 Kbps
3. Hotspot เป็นบริการ อินเทอร์เน็ตสาธารณะไร้สายความเร็วสูง ด้วยเทคโนโลยีของ Wireless Lan หรือ Wi-Fi ซึ่งในปัจจุบันมีจุดให้บริการเพิ่มมากขึ้น ตามแหล่งชุมชน ต่างๆ เช่น สนามบิน ร้านอาหาร โรงแรม โรงพยาบาล การให้บริการ Hotspot นี้ จะมีค่าใช้จ่ายสูง เนื่องจากอุปกรณ์ที่ต้องมีคือ เครื่องคอมพิวเตอร์ Notebook หรือ PDA และ Wireless Lan card ซึ่งการราคาประมาณ 1500-2000 บาท (Notebook หรือ PDA บางรุ่นจะรองรับ Wi-Fi ในตัว ไม่ต้องหาซื้ออุปกรณ์เพิ่ม) ข้อดี ของการใช้ Wi-Fi ก็คือ สถานที่ที่ให้บริการ อินเทอร์เน็ตสาธารณะที่เรียกกันว่า Hot Spot นี้จะให้บริการด้วย อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง อีกทั้งสะดวกในการใช้ข้อมูลงาน ต่างๆที่มีเก็บไว้อยู่แล้วใน Notebook ข้อเสีย เนื่องจากเป็นบริการใหม่ในประเทศไทย ทำให้อัตราค่าบริการยังค่อนข้างสูง



ภาพประกอบ 4 อุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย

อุปกรณ์ที่จำเป็นในการใช้งาน Wi-Fi

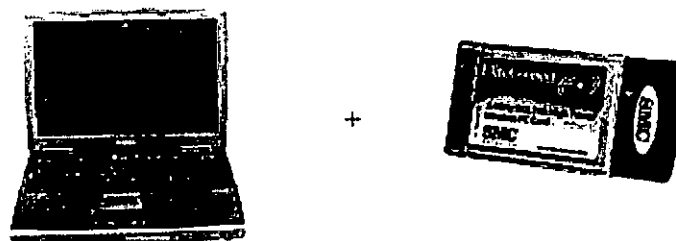
1.การสร้างระบบ Network ไร้สายแบบ Wi-Fi ซึ่งสามารถสร้างใช้เองได้ทั้งที่บ้าน หรือที่ office โดยระบบแบบพื้นฐานมีอุปกรณ์ที่จำเป็นก็มีดังนี้

1		คอมพิวเตอร์ เครื่องที่ 1		
2		หรือ		คอมพิวเตอร์เครื่องที่ 2
3		Access point ราคาประมาณ 4,000 บาท ขึ้นไป		
4		หรือ		USB adapter หรือ Wireless PC Card (กรณีที่เป็น Notebook) ราคาประมาณ 2,000 บาทขึ้นไป

ภาพประกอบ 5 อุปกรณ์พื้นฐานที่จำเป็นในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย

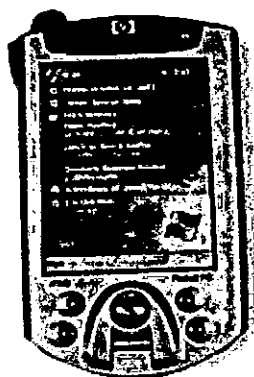
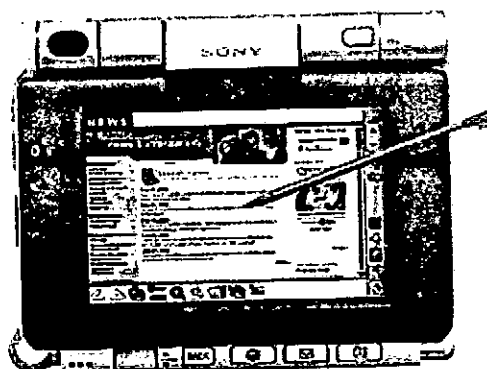
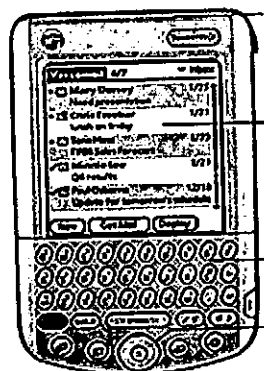
2.อุปกรณ์สำหรับการใช้งานของ Wi-Fi กับจุดบริการ Hotspot หรือตาม Office ต่างๆ ที่เปิดให้ใช้งานโดยนำเครื่อง PDA หรือ Notebook ไปใช้งานกับระบบ Network ไร้สาย ที่ร้านหรือจุดบริการต่างๆ ได้สร้างไว้แล้ว โดยอุปกรณ์หลักๆที่ต้องซื้อเพื่อนำไปใช้เองก็มีดังนี้

กรณีแรก สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ Notebook

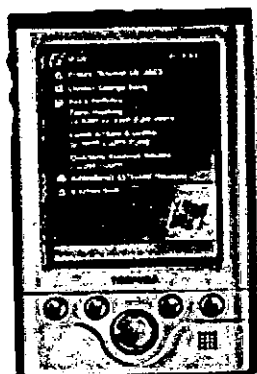


ภาพประกอบ 6 คอมพิวเตอร์ Notebook ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย

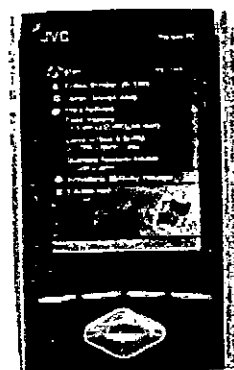
กรณีที่สอง ก็คือการนำเครื่อง PDA ที่มีระบบ Wi-Fi ในตัว หรือ เครื่อง PDA แบบไม่มี Wi-Fi ในตัวแต่ใช้งานร่วมกับ Wireless Lan Card



HP 5400/5500



Toshiba e740/750



JVC IO — Coming Soon!

ภาพประกอบ 7 เครื่อง PDA ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ค้นคว้าได้ทำการค้นคว้างานวิจัยต่างๆ ได้แก่ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ ภาคนิพนธ์ วารสาร เอกสารวิชาการ และหนังสือพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

นางสาวกัลยา ศรีสถิตย์ (2543:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ศึกษากรณี ตะวันนาเดอะคอมพิวเตอร์ซิติ ปี พ.ศ. 2543 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของธุรกิจคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในปัจจุบัน รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลการศึกษาพบว่า สภาพทั่วไปของธุรกิจ จำแนกตามประเภทของผู้ประกอบการได้ 3 ประเภท คือ บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้จำหน่าย และบริษัทให้คำปรึกษาและให้บริการทางด้านซอฟต์แวร์ ในส่วนพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ที่ประกอบในประเทศเป็นประเภท (รุ่น) Pentium ที่มีประสิทธิภาพของเครื่องดีมาก และมีไว้เพื่อใช้ทำงานโดยมีหน่วยงานเป็นผู้จัดซื้อ ส่วนแหล่งข่าวสารข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจที่สำคัญ คือ เพื่อน และมีระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อภายใน 1 เดือน ส่วนใหญ่ซื้อเป็นเงินสด ชำระเงินงวดเดียว และหาซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลจากศูนย์รวมอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โดยมีปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง ที่สำคัญได้แก่ ประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ ความต้องการใช้งาน ความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพ การบริการหลังการขาย ราคาของเครื่อง ความปลอดภัยในการใช้งาน ส่วนปัจจัยเสริมที่สำคัญมีตามลำดับ ดังนี้ รายได้ ความต้องการที่จะทันต่อเทคโนโลยี รูปทรงของเครื่องคอมพิวเตอร์ ราคาในการเพิ่มประสิทธิภาพพนักงานประจำวัน รูปแบบการส่งเสริมการขาย สถานที่จอดรถ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สถานที่ตั้งร้านความสัมพันธ์กับผู้ชาย ยี่ห้อของเครื่องคอมพิวเตอร์ ราคาขายต่อ การจัดหน้าร้าน

จากงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ศึกษากรณี ตะวันนา เดอะคอมพิวเตอร์ซิติ นี้ ทำให้ทราบว่าผู้บริโภคมีความต้องการทันต่อเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ ทำให้มองเห็นโอกาสในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องพิมพ์ (Printer) ซึ่งเป็นสินค้าเทคโนโลยีสมัยใหม่ในประเภทเดียวกัน

รัชพล วงศ์สถิตย์ ปิยะ ตงสาลี และสุธี เวชพฤกษ์พิทักษ์ (2542: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และอุปกรณ์ต่อพ่วงโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แนวคิดมาจากการทบทวน

วรรณกรรมของผู้ทำการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ โดยจัดกลุ่มตัวแปรของปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และอุปกรณ์ต่อพ่วง โดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็น 6 กลุ่ม คือ

- 1) ความรู้และความสนใจในคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต
- 2) ส่วนผสมของสินค้าและบริการ
- 3) ความน่าสนใจและประสิทธิภาพของเว็บไซต์
- 4) ความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพของเว็บไซต์
- 5) ความสะดวกในการซื้อสินค้า
- 6) ความปลอดภัยของข้อมูลและการชำระเงิน

นอกจากนี้ยังทำการสำรวจพฤติกรรมการซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและอุปกรณ์ต่อพ่วงของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างควบคู่ไปด้วย ทั้งนี้การเก็บข้อมูลใช้วิธีแจกแบบสอบถาม 500 ชุด กระจายไปยังกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ทั้งนี้ หลังจากการประมวลผลการวิเคราะห์ทางสถิติ สามารถจัดหมวดหมู่ของปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและอุปกรณ์ต่อพ่วงโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็น 7 กลุ่มปัจจัย คือ

1. ความรู้ และความสนใจในคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต
2. ส่วนผสมของสินค้า
3. ความน่าสนใจและประสิทธิภาพของเว็บไซต์
4. ข้อเสนอพิเศษของเว็บไซต์
5. ความสะดวกในการซื้อสินค้า
6. ความกังวลด้านความปลอดภัยในการซื้อสินค้า
7. ความสามารถในการประกอบคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง

เมื่อนำปัจจัยทั้งหมดที่ได้มาหาความสัมพันธ์กับความสนใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และอุปกรณ์ต่อพ่วงโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต พบว่า “ความสะดวกในการซื้อสินค้า” เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจซื้อคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง ในขณะที่ “ความกังวลด้านความปลอดภัยในการซื้อสินค้า” เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล โดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต และ “ความสามารถในการประกอบคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง” เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจอุปกรณ์ต่อพ่วงโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษา
ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย เพื่อพัฒนารอบ
แนวความคิด และได้ศึกษารายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2546 ของ
ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ มาเป็นหลักในการจัดทำแบบสอบถาม อีกทั้ง
นำมาเป็นแนวทางในการรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ผลการวิจัยครอบคลุมและตรงกับความมุ่งหมายใน
การทำวิจัยครั้งนี้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 1) การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 2) การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3) การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4) การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรทั้งชายและหญิงที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ทั้งจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต และผ่านทางองค์กรต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา, หน่วยงานราชการ และบริษัทเอกชนที่อาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งเคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้จัดทำจึงได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จากประชากรทั้งชายและหญิงที่เคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2546 ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ได้ทำการสำรวจในปี 2546 มีผลดังตารางด้านล่าง <http://www.nitc.go.th/internetuser/survey2002.html>

ระดับอายุ

อายุ	<10	10-14	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70	รวม
จำนวน	84	1,165	3,328	10,046	4,180	1,786	390	38	14	21,031
ร้อยละ	0.4	5.5	15.8	47.8	19.9	8.5	1.8	0.2	0.1	100

ระดับการศึกษา

การศึกษา	ต่ำกว่า มัธยมปลาย	มัธยม ปลาย	ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ป.ตรี	ป.โท	ป.เอก	รวม
จำนวน	1,568	2,083	739	1,781	12,287	2,335	196	20,989
ร้อยละ	7.5	9.9	3.5	8.5	58.5	11.2	0.9	100

ระดับรายได้

รายได้	<10,000	10,000 – 20,000	20,001 – 30,000	30,001 – 50,000	50,001 – 70,000	70,001 – 90,000	90,001 – 110,000	110,001 – 130,000	130,001 – 150,000	> 150,000
จำนวน	3,177	5,138	3,987	3,863	1,889	865	652	330	229	699
ร้อยละ	15.3	24.7	19.1	18.5	9.1	4.1	3.1	1.6	1.1	3.4

จะเห็นว่าช่วงอายุที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตนั้นอยู่ในช่วงอายุ 15 -39 ปี ผู้วิจัยจึงได้กำหนดช่วงอายุไว้ตามช่วงอายุดังกล่าว ทางด้านการศึกษา ซึ่งระดับการศึกษาที่มีการใช้งานมากที่สุดคือ ช่วงระดับปริญญาตรี ทางผู้วิจัยจึงได้กำหนดช่วงระดับการศึกษาไว้ 5 ช่วง ต่ำกว่ามัธยมปลาย มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. / ปวส. ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี และอื่นๆ ทางด้านรายได้ จะเห็นได้ว่าระดับรายได้ที่ 10,000 – 20,000 บาท มีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตคิดเป็น 24.7 % ระดับรายได้ที่ 20,000 - 30,000 คิดเป็น 19.1% และ 30,000 - 50,000 บาท คิดเป็น 18.5 % จะมีการใช้งานทางด้านอินเทอร์เน็ตสูง ทางผู้วิจัยจึงได้กำหนดรายได้ไว้ที่ช่วง 10,000 – 50,000 บาท

โดยอาศัยสูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 74)

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 pq}{e^2}$$

- เมื่อ n แทนขนาดตัวอย่าง
 e แทนสัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้
 p แทนค่าประมาณเปอร์เซ็นต์ที่คาดหวัง
 q แทนสัดส่วน $1-p$ (ในกรณีไม่ทราบค่า p แต่เนื่องจากค่า pq จะมีค่าสูงสุด เมื่อ $p = 0.5$ ซึ่งทำให้ $q = 0.5$ และ $0 \leq p, q \leq 1$)

$Z_{1-\alpha/2}^2 = Z_{0.975}^2$ เพราะฉะนั้นระดับความเชื่อมั่นจะเท่ากับ 1.96

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น } n &= \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \text{ คน หรือ } 385 \text{ คน} \end{aligned}$$

ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) โดยมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. สุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกสถานที่ จากแหล่งชุมชนของคนกรุงเทพมหานครจำนวน 4 แห่ง ซึ่งเป็นสถานที่ที่รู้จักกันดีในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ ห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ห้างสรรพสินค้าฟอร์จูน (เยาว์ฮัน) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งโควตา (Quota Sampling) ในสัดส่วนเท่า ๆ กันในแต่ละเขต $385/4 = 97$ ตัวอย่าง
3. สุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากประชากรในสถานที่ ที่คัดเลือกได้ตามเงื่อนไขข้อ 2 แห่งละ 97 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือ เป็นแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิดโดยแบ่งโครงสร้างเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 6 ข้อ และเติมคำ 1 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 3 ข้อ และเติมคำ 2 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 4 ข้อ เติมคำ 1 ข้อ และคำถามที่ให้แสดงความคิดเห็นทางด้านแนวโน้ม จำนวน 1 ข้อ โดยให้เลือกตามระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับดังนี้

มีแนวโน้มที่จะใช้บริการแน่นอน	5 คะแนน
มีแนวโน้มที่ค่อนข้างจะใช้บริการ	4 คะแนน
ไม่แน่ใจที่จะใช้บริการ	3 คะแนน
มีแนวโน้มที่ค่อนข้างจะไม่ใช้บริการ	2 คะแนน
มีแนวโน้มที่จะไม่ใช้บริการแน่นอน	1 คะแนน

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านความสามารถส่วนบุคคล มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) จำนวน 6 ข้อ ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับดังนี้

มีความสามารถ/ความรู้ดีมาก	5 คะแนน
มีความสามารถ/ความรู้ดี	4 คะแนน
มีความสามารถ/ความรู้พอใช้	3 คะแนน
มีความสามารถ/ความรู้น้อย	2 คะแนน
ไม่มีความสามารถ/ความรู้	1 คะแนน

ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดอันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่บริการ และการส่งเสริมการตลาด โดยให้เลือกตามระดับทัศนคติเป็น 5 ระดับดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน

ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การพิจารณาแบ่งแยกเป็น 5 ระดับ โดยการหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538:8-11)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อแนวโน้มในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย สามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	มีแนวโน้มที่จะใช้บริการแน่นอน
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	มีแนวโน้มที่จะใช้บริการแน่นอน
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	ไม่แน่ใจที่จะใช้บริการ
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	มีแนวโน้มที่จะไม่ใช้บริการ
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	มีแนวโน้มที่จะไม่ใช้บริการแน่นอน

เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสามารถ/ความเข้าใจส่วนบุคคล สามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	มีระดับความสามารถดีมาก
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	มีระดับความสามารถดี
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	มีระดับความสามารถพอใช้
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	มีระดับความสามารถน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	ไม่มีความสามารถ

เกณฑ์เฉลี่ยระดับทัศนคติ ในความคิดเห็นแบบเห็นด้วยมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย สามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วย	มีระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	ไม่แน่ใจ	มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย	มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สร้างแบบสอบถามและนำเสนอต่ออาจารย์เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และขอคำแนะนำในการนำมาปรับปรุงแก้ไข
3. นำแบบทดสอบที่ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้วไปทดลองใช้ (Try out) จำนวน 30 ราย
4. วิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือก โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Alpha – Coefficient) โดยใช้สูตรของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา 2545:449) ซึ่งได้ α (Alpha) มีค่าเท่ากับ 0.9358

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้จาก

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้ค้นคว้าได้ทำการศึกษาด้วยวิธีดังนี้

1. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ วารสารต่างๆ ที่มีบทความเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต
2. หนังสือวิชาการ บทความ และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. บทความและข้อมูลจากสื่อสารสนเทศ ทางอินเทอร์เน็ต

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ตามความต้องการแล้ว ผู้ค้นคว้าจะทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. ทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS/PC (Statistical Package for the Social Sciences / Personal Computer Plus)
3. ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างคือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ พฤติกรรมการใช้บริการ และแนวโน้มการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มาวิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่และเสนอผลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ

4. ส่วนข้อมูลทางด้านการให้ระดับความสำคัญของความสามารถส่วนบุคคล และ ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย จะนำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
5. ใช้สถิติเชิงอนุมานมาทำการทดสอบสมมติฐานโดย
 - ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยใช้ t-test และ F-test สำหรับข้อมูลประชากรศาสตร์ประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) หรือ ข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) กับพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต เป็นข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)
 - ทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างระดับความสามารถส่วนบุคคล และระดับความสำคัญทางด้านการปัจจัยทางการตลาด ที่เป็นข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Interval Scale) ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ที่เป็นข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
 - ทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยทางด้านการตลาด ที่เป็นข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Interval Scale) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในอนาคตต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ที่เป็นข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนคำตอบ}}{\text{จำนวนผู้ตอบทั้งหมด}} \times 100$$

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541:65)

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

$\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541:65)

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

S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้หาคุณภาพแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อมั่น reliable ของแบบสอบถาม

โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α Coefficient ของ ครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา 2545:449) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{\overline{kcovariance / variance}}{1 + (k - 1) \overline{covariance / variance}}$$

เมื่อ k แทน จำนวนคำถาม

$\overline{covariance}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่างๆ

$\overline{variance}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน โดยจะตั้งระดับความเชื่อมั่น 95% โดยสถิติที่นำมาใช้ทดสอบมีดังนี้

3.1 ใช้ค่า t-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (ตามตัวแปรเฉพาะเพศ) เมื่อทดสอบความแปรปรวนของประชากรกลุ่ม 1 (σ_1^2) และ กลุ่มที่ 2 (σ_2^2) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541:165)

ถ้าพบ (σ_1^2) = (σ_2^2)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

ถ้าพบ (σ_1^2) $\neq$ (σ_2^2)

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

t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t – distribution

$\bar{X}_1, \bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และ กลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

S_1^2, S_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มที่ 1 และ กลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

n_1, n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และ กลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

3.2 ใช้ค่า F-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มากกว่า 2 กลุ่ม (ตามตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน) โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 :83-84)

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

F	แทน ค่าสถิติ ที่ใช้พิจารณา F- distribution
MS_B	แทน ค่า Mean Squares ระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)
MS_w	แทน ค่า Mean Squares ภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)

$$MSb = \frac{SSb}{(k - 1)}$$

$$MSw = \frac{SSw}{(n - k)}$$

SSb	แทน ผลรวมของกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between group sum of Squares)
SSw	แทน ผลรวมของกำลังสองภายในกลุ่ม (Within group sum of Squares)
k	แทน จำนวนกลุ่ม
n	แทนจำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
(k - 1)	แทน Degree of freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม (df_b)
(n - k)	แทน Degree of freedom สำหรับการแปรผันภายในกลุ่ม (df_w)

และถ้าผลทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fishers's least significant difference (LSD)
(กัลยา วานิชย์บัญชา 2544: 332-333)

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE[1/n_i + 1/n_j]}$$

เมื่อ $t_{1-\alpha/2; n-k}$ คือ ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นห่างความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

MSE คือ ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MSw)

n_i คือ จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i

n_j คือ จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j

3.3 ให้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r_{xy}	แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
$\sum X$	แทน ผลรวมของคะแนน X
$\sum Y$	แทน ผลรวมของคะแนน Y
$\sum X^2$	แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum Y^2$	แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum XY$	แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y ทุกคู่
n	แทน จำนวนคน หรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ (กัลยา วาณิชบัญชา. 2545:280) ซึ่งมีความหมายของค่า r มีดังนี้

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม
2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y สัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y สัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย

สำหรับการแปลความหมายระดับความสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 316) กำหนดดังนี้

ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.3 – 0.7 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ถ้าค่า r มีค่าน้อยกว่า 0.3 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในเขตกรุงเทพมหานคร” การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
$S.D.$	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t-Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
ρ	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
r	แทน	ค่าสถิติของการทดสอบแบบเพียร์สัน

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งการนำเสนอเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ

สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ความสามารถ

ส่วนบุคคล ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด แนวโน้มการใช้บริการในอนาคต

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐานในการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	เพศชาย	195	50.65
	เพศหญิง	190	49.35
	รวม	385	100.00
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	41	10.65
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	0	0.00
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	4.68
	พนักงานบริษัทเอกชน	304	78.96
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	22	5.71
	รวม	385	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	32	8.31
	10,001-20,000 บาท	134	34.81
	20,001-30,000 บาท	124	32.21
	30,001-40,000 บาท	55	14.29
	40,001-50,000 บาท	13	3.38
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	27	7.00
	รวม	385	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	2	0.52
	15-19 ปี	0	0.00
	20-24 ปี	69	17.92
	25-29 ปี	162	42.08
	30-34 ปี	100	25.97
	มากกว่า 34 ปีขึ้นไป	52	13.51
	รวม	385	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพสมรส โสด		303	78.70
สมรส/อยู่ด้วยกัน		78	20.26
หม้าย/หย่าร้าง		4	1.04
รวม		385	100.00
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	2	0.52
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. / ปวส.	11	2.86
	ปริญญาตรี	282	73.25
	สูงกว่าปริญญาตรี	90	23.37
	รวม	385	100.00

จากตาราง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลผู้บริโภครายนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างได้ข้อสรุปดังนี้

เพศ

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนระหว่างเพศชายและเพศหญิงในระดับใกล้เคียงกัน เป็นเพศชายจำนวน 195 คนคิดเป็นร้อยละ 50.65 และเพศหญิงจำนวน 190 คนคิดเป็นร้อยละ 49.35

อาชีพ

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียน / นักศึกษามีจำนวน 41 คนคิดเป็นร้อยละ 10.65 ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นข้าราชการมีจำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 4.68 ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีจำนวน 304 คนคิดเป็นร้อยละ 78.96 ประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 5.71 ไม่พบผู้บริโภครายนี้เป็นแม่บ้าน / พ่อบ้าน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา และประกอบธุรกิจส่วนตัว ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทมีจำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 8.31 ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001- 20,000 บาทมีจำนวน 134 คนคิดเป็นร้อยละ 34.81 ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทมีจำนวน 124 คนคิดเป็นร้อยละ 32.21 ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาทมีจำนวน 55 คนคิดเป็นร้อยละ 14.29 ผู้มี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาทมีจำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 3.38 ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทมีจำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 7.00 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท รองลงมาคือผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทและผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาทตามลำดับ

อายุ

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.52 อายุระหว่าง 20-24 ปีมีจำนวน 69 คนคิดเป็นร้อยละ 17.92 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-29 ปี มีจำนวน 162 คนคิดเป็นร้อยละ 42.08 อายุระหว่าง 30-34 ปีมีจำนวน 100 คนคิดเป็นร้อยละ 25.97 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 34 ปีขึ้นไปมีจำนวน 52 คนคิดเป็นร้อยละ 13.51 ไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-19 ปี โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-29 ปี รองลงมามีอายุระหว่าง 30-34 ปี 20-24 ปี มากกว่า 34 ปีขึ้นไป และต่ำกว่า 15 ปีตามลำดับ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีจำนวน 2 คน เพื่อความสะดวกและถูกต้องในการวิเคราะห์ข้อมูลจึงได้ทำการรวมข้อมูลดังกล่าว และแสดงผลในตาราง 4.2

สถานภาพสมรส

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ซึ่งมีจำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 78.70 รองลงมาคือ ผู้มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน มีจำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 20.26 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.04 ตามลำดับ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีจำนวน 4 คน เพื่อความสะดวกและถูกต้องในการวิเคราะห์ข้อมูลจึงได้ทำการรวมข้อมูลดังกล่าว และแสดงผลในตาราง 4.2

ระดับการศึกษา

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.52 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 และผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 90 คนคิดเป็นร้อยละ 23.37 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา คือผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี และผู้มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายตามลำดับ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวน 2 คน เพื่อความสะดวกและถูกต้องในการวิเคราะห์ข้อมูลจึงได้ทำการรวมข้อมูลดังกล่าว และแสดงผลในตาราง 4.2

ตาราง 2 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ที่ได้รับรวมกลุ่มแล้ว

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
อายุ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 24 ปี	71	18.44
	25-29 ปี	162	42.08
	30-34 ปี	100	25.97
	มากกว่า 34 ปีขึ้นไป	52	13.51
	รวม	385	100.00
สถานภาพสมรส	โสด	303	78.70
	สมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง	82	21.30
	รวม	385	100.00
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย	13	3.38
	ปริญญาตรี	282	73.25
	สูงกว่าปริญญาตรี	90	23.37
	รวม	385	100.00

อายุ

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 24 ปีมีจำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 18.44 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-29 ปี มีจำนวน 162 คนคิดเป็นร้อยละ 42.08 อายุระหว่าง 30-34 ปีมีจำนวน 100 คนคิดเป็นร้อยละ 25.97 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 34 ปีขึ้นไปมีจำนวน 52 คนคิดเป็นร้อยละ 13.51 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-29 ปี รองลงมาคืออายุระหว่าง 30-34 ปี ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 24 ปี และมากกว่า 34 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

สถานภาพสมรส

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ซึ่งมีจำนวน 303 คนคิดเป็นร้อยละ 78.70 รองลงมาคือ ผู้มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน / หม้าย / หย่าร้าง มีจำนวน 82 คนคิดเป็นร้อยละ 21.30

ระดับการศึกษา

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลายมีจำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 3.38 ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวน 282 คน

เป็นร้อยละ 73.25 และผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 90 คนคิดเป็นร้อยละ 23.38 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา คือผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี และผู้มีการศึกษาดำรงหรือเท่ากับระดับมัธยมศึกษาตอนปลายตามลำดับ

ตาราง 3 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกเขตที่อยู่อาศัย

เขตที่อยู่ปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
คลองเตย	15	3.9
คลองสาน	8	2.08
จตุจักร	24	6.23
จอมทอง	7	1.81
แจ้งวัฒนะ	2	0.52
ดอนเมือง	8	2.08
ดินแดง	11	2.86
ดุสิต	11	2.86
ทุ่งครุ	13	3.4
ธนบุรี	5	1.3
บางกอกน้อย	7	1.81
บางกะปิ	21	5.45
บางขุนเทียน	7	1.81
บางเขน	24	6.23
บางคอแหลม	4	1.04
บางแค	7	1.81
บางซื่อ	3	0.78
บางนา	9	2.33
บางพลัด	2	0.52
บางรัก	10	2.6
บางลำพู	3	0.78
ปทุม	6	1.56

ตาราง 3 (ต่อ)

เขตที่อยู่ปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ปทุมวัน	15	3.9
ประเวศ	5	1.3
ป้อมปราบศัตรูพ่าย	14	3.63
พญาไท	16	4.15
พระโขนง	8	2.08
พระนคร	4	1.04
มีนบุรี	2	0.52
ยานนาวา	10	2.6
รังสิต	3	0.78
ราชเทวี	15	3.9
ราษฎร์บูรณะ	6	1.56
ลาดกระบัง	2	0.52
ลาดพร้าว	17	4.42
วังทองหลาง	3	0.78
วัฒนา	3	0.78
สัมพันธวงศ์	3	0.78
สวนหลวง	7	1.81
สาทร	16	4.15
สายไหม	1	0.26
สุขุมวิท	1	0.26
หนองแขม	2	0.52
หนองจอก	2	0.52
หลักสี่	11	2.86
ห้วยขวาง	12	3.12
รวม	385	100.00

ที่อยู่ปัจจุบัน

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เขตจตุจักร และบางเขนมากที่สุด จำนวนเขตละ 24 คนคิดเป็นร้อยละ 6.23 รองลงมาคือเขตบางกะปิจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45 เขตลาดพร้าวจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.42 เขตพญาไท และสาทร 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.15 เขตคลองเตย ปทุมวัน และราชเทวี 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.63 เขตทุ่งครุ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40 เขตห้วยขวาง 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.12 เขตดินแดง ดุสิต และหลักสี่ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 เขตบางรัก และยานนาวา 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 เขตบางนา 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.33 เขตคลองสาน เขตดอนเมือง และพระโขนง 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.08 เขตจอมทอง บางกอกน้อย บางขุนเทียน บางแค สวนหลวง 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.81 เขตบึงกุ่ม และราชบุรีบูรณะ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.56 เขตธนบุรี และประเวศ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 เขตบางคอแหลม และพระนคร 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.04 เขตบางซื่อ บางลำพู รังสิต วังทองหลาง วัฒนา และสัมพันธวงศ์ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.78 เขตแจ้งวัฒนะ บางพลัด มีนบุรี ลาดกระบัง หนองแขม และหนองจอก 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.52 เขตสายไหม และสุขุมวิท 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.26 ตามลำดับ

**ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย
แนวโน้มการให้บริการในอนาคต ความสามารถส่วนบุคคล และความสำคัญของปัจจัยทาง
การตลาด**

ตาราง 4 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูงแบบไร้สาย

อุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย	จำนวน	ร้อยละ
โน้ตบุ๊ก	283	73.51
ปาล์ม/พีดีเอ	42	10.91
โทรศัพท์มือถือ	60	15.58
รวม	385	100.00

ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้โน้ตบุ๊กเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมี
จำนวน 283 คนคิดเป็นร้อยละ 73.51 ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ปาล์ม / พีดีเอ เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูงแบบไร้สายมีจำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 10.91 ผู้ตอบแบบสอบถามใช้โทรศัพท์มือถือ
เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีจำนวน 60 คนคิดเป็นร้อยละ 15.58 โดยผู้ตอบ
แบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โน้ตบุ๊กเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย รองลงมาคือใช้
โทรศัพท์มือถือ และปาล์ม/พีดีเอเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายตามลำดับ

ตาราง 5 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ
อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

เหตุผลที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย	จำนวน	ร้อยละ
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์	132	34.29
ค้นหาข้อมูล	187	48.57
ติดตามตลาดหุ้น	6	1.56
ติดตามข่าว	21	5.45
สนทนา	6	1.56
ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์	2	0.52

ตาราง 5 (ต่อ)

เหตุผลที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย	จำนวน	ร้อยละ
ดาวนโหลดเพลง	20	5.19
ซื้อ/ชมสินค้า	4	1.04
ดาวนโหลดเกมส์	3	0.78
ดาวนโหลดภาพยนตร์	4	1.04
รวม	385	100.00

เหตุผลที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเพื่อใช้งานจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวน 132 คนคิดเป็นร้อยละ 34.29 เพื่อค้นหาข้อมูลมีจำนวน 187 คนคิดเป็นร้อยละ 48.57 ติดตามตลาดหุ้นมีจำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 1.56 เพื่อติดตามข่าวมีจำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 5.45 เพื่อสนทนามีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.56 เพื่อดาวนโหลดซอฟต์แวร์มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.52 เพื่อดาวนโหลดเพลงมีจำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 5.19 เพื่อซื้อ / ชมสินค้ามีจำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 1.04 เพื่อดาวนโหลดเกมส์มีจำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 0.78 เพื่อดาวนโหลดภาพยนตร์มีจำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 1.04 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเพื่อค้นหาข้อมูล รองลงมาเพื่อตรวจสอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และติดตามข่าวสาร ดาวนโหลดเพลงตามลำดับ

ตาราง 6 จำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลานานเท่าใด

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย	n	Min	Max	$\bar{x}$	S.D
ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมาเป็นระยะเวลานานเท่าไร (ปี)	385	0.1	3.1	1.30	0.67
ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)	385	0.17	6	1.46	0.99

เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลานานเท่าใด

ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มใช้อินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลานานเฉลี่ย 1.30 ปีโดยระยะเวลานานน้อยที่สุดมีค่าเท่ากับ 0.1 ปีและระยะเวลานานที่มากที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.1 ปี

ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ระยะเวลาเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง(ชั่วโมง)มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.46 โดยใช้เวลาน้อยที่สุดมีค่าเท่ากับ 0.17 ชั่วโมงและใช้เวลามากที่สุดมีค่าเท่ากับ 6 ชั่วโมง

ตาราง 7 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายบ่อยที่สุด

ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย	จำนวน	ร้อยละ
08:00-12:00 น.	48	12.47
12:00-16:00 น.	110	28.57
16:00-20:00 น.	141	36.62
20:00-24:00 น.	74	19.22
00:00-04:00 น.	9	2.34
04:00-08:00 น.	3	0.78
รวม	385	100.00

ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในช่วงเวลา 08:00-12:00 น. มีจำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 12.47 ช่วงเวลา 12:00-16:00 น. มีจำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 28.57 ช่วงเวลา 16:00-20:00 น. มีจำนวน 141 คนคิดเป็นร้อยละ 36.62 ช่วงเวลา 20:00-24:00 น. มีจำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 19.22 ช่วงเวลา 00:00-04:00 น. มีจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 2.34 ช่วงเวลา 04:00-08:00 น. มีจำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 0.78 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในช่วงเวลา 16:00-20:00 น. รองลงมาคือช่วง 12:00-16:00 น. และช่วงเวลา 20:00-24:00 น. ตามลำดับ

ตาราง 8 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ ที่ต้องการให้มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

สถานที่ ที่ต้องการให้มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย	จำนวน	ร้อยละ
สถาบันการศึกษา	70	18.18
ห้างสรรพสินค้า	163	42.34
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	82	21.30
อาคารสำนักงาน/สถาบันการเงิน	32	8.31
สถานีขนส่ง	38	9.87
รวม	385	100.00

ด้านสถานที่ ที่ต้องการให้มีอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้สถาบันการศึกษามีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีจำนวน 70 คนคิดเป็นร้อยละ 18.18 ต้องการให้ห้างสรรพสินค้ามีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีจำนวน 163 คนคิดเป็นร้อยละ 42.34 ต้องการให้ร้านอาหาร / เครื่องดื่มมีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีจำนวน 82 คนคิดเป็นร้อยละ 21.30 ต้องการให้อาคารสำนักงาน / ธนาคาร / สถาบันการเงินมีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีจำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 8.31 ต้องการให้สถานีขนส่งมีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีจำนวน 38 คนคิดเป็นร้อยละ 9.87 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้ห้างสรรพสินค้ามีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมากที่สุด รองลงมาคือร้านอาหาร / เครื่องดื่ม และสถาบันการศึกษาตามลำดับ

ตาราง 9 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการสมัครสมาชิกบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

วิธีการสมัครใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อบัตรอินเทอร์เน็ตตามจุดให้บริการอินเทอร์เน็ต	103	26.75
ซื้อผ่านตู้เอทีเอ็ม	31	8.05
ซื้อผ่านโทรศัพท์มือถือ	63	16.36
นำแฟ้มเอกสารอินเทอร์เน็ตที่เป็นสมาชิกมาใช้งาน	146	37.93
ซื้อผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส	42	10.91
รวม	385	100.00

วิธีการสมัครสมาชิกที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการสมัครอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยซื้อบัตรชั่วโมงอินเทอร์เน็ตตามจุดที่ให้บริการมีจำนวน 103 คนคิดเป็นร้อยละ 26.75 ซื้อบัตรชั่วโมงอินเทอร์เน็ตจากตู้เอทีเอ็มมีจำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 8.05 ซื้อบัตรชั่วโมงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือมีจำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 16.36 ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการสมัครอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยนำ username / password ของแพ็คเกจทั่วไปที่เป็นสมาชิกอยู่แล้วมาใช้งานได้มีจำนวน 146 คนคิดเป็นร้อยละ 37.93 ซื้อบัตรชั่วโมงอินเทอร์เน็ตผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสมีจำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 10.91 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการสมัครอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยนำ username / password ของแพ็คเกจทั่วไปที่เป็นสมาชิกอยู่แล้วมาใช้งาน รองลงมาต้องการสมัครอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยซื้อบัตรชั่วโมงอินเทอร์เน็ตตามจุดที่ให้บริการและต้องการสมัครอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยซื้อบัตรชั่วโมงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือตามลำดับ

ตาราง 10 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการคิดค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

วิธีการคิดค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย	จำนวน	ร้อยละ
คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง (Pay Per Use)	109	28.31
ชำระเป็นรายวัน/เดือน/ปี (Daily/Monthly/Yearly)	144	37.40
ชำระตามข้อมูลที่ดาวน์โหลด (Pay Per Megabyte)	49	12.73
ไม่คิดค่าบริการ ถ้าเป็นลูกค้า หรือสมาชิกของสถานที่	83	21.56
รวม	385	100.00

วิธีการคิดค่าบริการที่ต้องการ

ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามในการคิดค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยชำระตามการใช้งานจริงจำนวน 109 คนคิดเป็นร้อยละ 28.31 ชำระค่าบริการเป็นรายวัน / เดือน / ปีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามในการคิดค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยชำระตามปริมาณข้อมูลที่ใช้งานจริง (ดาวน์โหลด) จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.73 และไม่ต้องการให้คิดค่าบริการสำหรับสมาชิกของสถานที่ให้บริการจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.56 โดยความต้องการส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามในการคิดค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต้องการชำระเป็นรายวัน / เดือน / ปี รองลงมาคือชำระค่าบริการตามการใช้งานจริง และไม่คิดค่าบริการ ถ้าเป็นลูกค้าหรือสมาชิกของสถานที่ ที่ให้บริการตามลำดับ

ตาราง 11 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีชำระค่าบริการอินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูงแบบไร้สาย

วิธีการชำระค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย	จำนวน	ร้อยละ
หักจากบัญชีธนาคาร	40	10.39
ชำระผ่านบัตรเครดิต	77	20.00
หักจากวงเงินหรือชั่วโมงอินเทอร์เน็ต	120	31.17
ชำระผ่านเอทีเอ็ม/เคาน์เตอร์ธนาคาร	61	15.84
ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส	87	22.60
รวม	385	100.00

วิธีชำระค่าบริการที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการชำระค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยหักจากบัญชีธนาคารจำนวน 40 คนคิดเป็นร้อยละ 10.39 ชำระผ่านบัตรเครดิตจำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 20.00 หักจากวงเงินหรือชั่วโมงในบัญชีอินเทอร์เน็ตที่เป็นสมาชิกอยู่มีจำนวน 120 คนคิดเป็นร้อยละ 31.17 ชำระผ่านช่องทางธนาคารจำนวน 61 คนคิดเป็นร้อยละ 15.84 ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสจำนวน 87 คนคิดเป็นร้อยละ 22.60 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการชำระค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยหักจากวงเงินหรือชั่วโมงในบัญชีอินเทอร์เน็ตที่เป็นสมาชิกรองลงมาคือการชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส และต้องการชำระค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยชำระผ่านบัตรเครดิตตามลำดับ

ตาราง 12 จำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับราคา
ค่าบริการที่คิดว่าเหมาะสม และแนวโน้มในการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต

แนวโน้มการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย	n	Min	Max	$\bar{x}$	S.D
ราคาค่าบริการที่เหมาะสม	385	2	200	22.31	21.41

แนวโน้มการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย	$\bar{x}$	S.D	แนวโน้มที่จะให้บริการ
แนวโน้มในการให้บริการในอนาคต	3.91	1.11	แน่นอน

ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายที่คิดว่าเหมาะสม

ราคาค่าบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเหมาะสม (บาท/ชั่วโมง) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 22.31 บาท ต่อ ชั่วโมง โดยใช้ราคาต่ำที่สุดมีค่าเท่ากับ 2 บาท/ชั่วโมง และใช้ราคาสูงสุดคือ 200 บาท/ชั่วโมง

แนวโน้มในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายในอนาคต

แนวโน้มในอนาคตต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะใช้บริการต่อในอนาคต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.11 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นที่มีแนวโน้มจะใช้บริการแน่นอน

ตาราง 13 จำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ความสามารถส่วนบุคคล	$\bar{x}$	S.D	ระดับความสามารถ
ความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์	4.16	0.82	ดี
ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	3.99	0.87	ดี
ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย	3.49	1.06	ดี
รวม	3.79	0.74	ดี
ทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ	3.56	0.80	ดี
ทักษะทางด้านความเข้าใจศัพท์ภาษาอังกฤษ	3.53	0.85	ดี
ทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ	3.57	0.94	ดี
รวม	3.55	0.77	ดี

ความสามารถส่วนบุคคลในการใช้งานคอมพิวเตอร์

จากตาราง 13 พบว่าผู้บริโภคมียุทธศาสตร์ความสามารถส่วนบุคคลในการใช้คอมพิวเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 ซึ่งสามารถจำแนกแต่ละรายข้อดังนี้

ความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 ความเข้าใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.06

ความสามารถส่วนบุคคลในการใช้ภาษาอังกฤษ

จากตาราง 13 พบว่าผู้บริโภคมี่ความสามารถส่วนบุคคลในการใช้ภาษาอังกฤษโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.55 ซึ่งสามารถจำแนกแต่ละรายข้อดังนี้

ทักษะการอ่านภาษาอังกฤษผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 โดยมีค่า เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 ทักษะด้านความเข้าใจศัพท์ภาษาอังกฤษผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 ทักษะการเขียนภาษาอังกฤษผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 โดยมีค่า เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.94

ตาราง 14 จำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อปัจจัยทางด้านการตลาดของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม	$\bar{x}$	S.D	ระดับความสำคัญ
บริการ			
การเชื่อมต่อ่าย ไม่ยุ่งยาก	4.34	0.83	มากที่สุด
ความเร็วในการใช้งาน	4.44	0.73	มากที่สุด
ความไม่เสถียรของระบบ	4.38	0.85	มากที่สุด
ความปลอดภัยในการใช้งาน	4.05	1.01	มาก
ความน่าเชื่อถือของระบบ	4.21	0.80	มากที่สุด
มีบริการที่หลากหลายให้เลือกใช้	3.84	1.02	มาก
ความมีชื่อเสียงของ ISP	3.74	0.87	มาก
มีพนักงานแนะนำ หรือให้ความช่วยเหลือ	3.94	1.00	มาก
รวม	4.33	0.44	มากที่สุด
ราคา			
ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	4.30	0.83	มากที่สุด
ราคาถูกเมื่อเทียบกับบริการอื่น***	2.02	1.02	น้อย
ราคาคู่มีค่ากว่าเมื่อเทียบกับบริการอื่น***	2.30	1.04	น้อย
รวม	2.88	0.44	ปานกลาง

ตาราง 14 (ต่อ)

ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม	$\bar{x}$	S.D	ระดับความสำคัญ
สถานที่			
มีจุดให้บริการอินเทอร์เน็ตหลายจุด	4.06	1.02	มาก
ความสะดวกสบายของสถานที่	3.94	1.05	มาก
สิ่งแวดล้อมเหมาะสมต่อการใช้งาน	4.08	0.88	มาก
มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.90	1.06	มาก
รวม	4.00	0.80	มาก
การส่งเสริมการตลาด			
การลดราคามีผลต่อการเลือกใช้	4.21	1.09	มากที่สุด
มีแพ็คเกจให้ลองใช้ก่อน	4.16	1.01	มาก
มีการสะสมคะแนนแลกของรางวัล	4.08	0.97	มาก
รวม	4.13	0.78	มาก

*** เป็นคำถามเชิงลบ โดยได้มีการเปลี่ยนคำถามและสเกลให้เป็นเชิงบวกแล้ว

ทัศนคติทางด้านบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

จากตาราง 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ระดับความสำคัญทางด้านบริการโดยรวมในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 โดยให้ระดับความสำคัญต่อความเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 รองลงมาคือ ความไม่เสถียรของระบบ การเชื่อมต่อที่ง่าย ไม่ยุ่งยาก และความน่าเชื่อถือของระบบ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 4.34 และ 4.21 ตามลำดับ

ส่วนความปลอดภัยในการใช้งาน การมีพนักงานแนะนำ หรือให้ความช่วยเหลือในการใช้งาน และความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการ (ISP) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 3.94 3.84 และ 3.74 ตามลำดับ

ทัศนคติทางด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

จากตาราง 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ระดับความสำคัญทางด้านราคาโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องราคาซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30

ส่วนระดับความสำคัญของราคาคู่มักน้อยกว่าเมื่อเทียบกับบริการอื่น และราคาแพงเมื่อเทียบกับบริการอื่นนั้น เป็นคำถามเชิงปฏิเสธ ซึ่งได้ปรับเป็นคำถามเชิงบวกแล้วโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.30 และ 2.02 ตามลำดับ

ทัศนคติทางด้านสถานที่บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

จากตาราง 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ระดับความสำคัญทางด้านสถานที่โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 รองลงมาคือมีจุดให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหลายจุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และความสะอาดสบายของสถานที่ และมีบริการอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมากเช่นกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 และ 3.90 ตามลำดับ

ทัศนคติทางการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

จากตาราง 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ระดับความสำคัญทางการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวมในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อการลดราคามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนการมีแพ็คเกจให้ทดลองใช้ก่อน และการสะสมคะแนนแลกของรางวัลนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และ 4.08 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย แตกต่างกัน

ตาราง 15 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแยกระยะเวลา(ปี) และแยกระยะเวลาเฉลี่ย(ชั่วโมง) ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกความแตกต่างของเพศ

พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบบไร้สาย	เพศชาย		เพศหญิง		t	sig
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายมาเป็นระยะเวลานาน เท่าไร (ปี)	1.388	0.648	1.223	0.678	2.424	0.160
ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)	1.913	2.714	1.447	1.158	2.177	0.300

จากตารางวิเคราะห์ผลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และหญิง ใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายมาเป็นระยะเวลานานเฉลี่ย 1.388 ปี และ 1.223 ปี ตามลำดับ เมื่อใช้สถิติ t-test ในการทดสอบพบว่า มีค่า Sig 2 tailed เท่ากับ 0.160 โดยมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่าง

ในขณะที่ข้อมูลแยกตามระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายคิดเป็น ชั่วโมง พบว่าเพศชาย และหญิงใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 1.913 ชั่วโมง และ 1.447 ชั่วโมง ตามลำดับ เมื่อใช้สถิติ t-test ทดสอบพบว่า มีค่า Sig 2 tailed เท่ากับ 0.300 โดยมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) ไม่แตกต่าง

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1 ยอมรับสมมติฐานหลัก(Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายถึงเพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

Ho : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ไม่แตกต่างกัน

H1 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย แตกต่างกัน

ตาราง 16 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต	แหล่งความ					
ความเร็วสูงแบบไร้สาย	แปรปรวน	SS	df	M.S	F	Sig.
ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมาเป็นระยะเวลานานเท่าไร (ปี)	ระหว่างกลุ่ม	1.422	3	0.474	1.064	0.364
	ภายในกลุ่ม	169.718	381	0.445		
	รวม	171.140	384			
ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)	ระหว่างกลุ่ม	0.233	3	0.077	0.077	0.972
	ภายในกลุ่ม	382.886	381	1.004		
	รวม	383.119	384			

จากตารางวิเคราะห์ผลโดยใช้การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่ามีค่า Sig ของระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเป็นปีเท่ากับ 0.364 และระยะเวลาเฉลี่ย

ต่อครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายคิดเป็นชั่วโมงเท่ากับ 0.972 มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายถึงอายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.3 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

Ho : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกัน

H1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

ตาราง 17 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต	สมรส / อยู่ ด้วยกัน / หย่าร้าง				t	sig
	โสด		/ หย่าร้าง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ความเร็วสูงแบบไร้สาย						
ใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายมาเป็นระยะเวลา นานเท่าไร (ปี)	1.279	0.670	1.374	0.656	-1.146	0.253
ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายต่อ ครั้ง (ชั่วโมง)	1.444	0.956	1.500	1.148	-0.449	0.653

จากตารางวิเคราะห์ผลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด และสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน / หย่าร้าง มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายมาเป็นระยะเวลานานเฉลี่ย 1.279 ปี และ 1.374 ปี ตามลำดับ เมื่อใช้สถิติ t-test ในการทดสอบพบว่า มีค่า Sig 2 tailed เท่ากับ 0.253 โดยมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติ

ฐานรอง (H1) หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่าง

ในขณะที่ข้อมูลแยกตามระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายคิดเป็น ชั่วโมง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด และสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน / หม้าย / หย่าร้าง มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายมาเป็นระยะเวลานานเฉลี่ย 1.444 ชั่วโมง และ 1.50 ชั่วโมง ตามลำดับ เมื่อใช้สถิติ t-test ทดสอบพบว่า มีค่า Sig 2 tailed เท่ากับ 0.653 โดยมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่าง

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.3 ยอมรับสมมติฐานหลัก(Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายถึงสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

Ho : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกัน

H1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

ตาราง 18 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงแบบไร้สาย	แหล่งความแปรปรวน					
	SS	df	M.S	F	Sig.	
ใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายมาเป็น ระยะเวลานานเท่าไร (ปี)	ระหว่างกลุ่ม	0.140	2	0.070	0.156	0.855
	ภายในกลุ่ม	171.000	382	0.448		
	รวม	171.140	384			
ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตไร้ สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)	ระหว่างกลุ่ม	0.714	2	0.357	0.356	0.700
	ภายในกลุ่ม	382.405	382	1.001		
	รวม	383.119	384			

จากตารางวิเคราะห์ผลโดยใช้การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่ามีค่า Sig ของระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเป็นปีเท่ากับ 0.855 และระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายคิดเป็นชั่วโมงเท่ากับ 0.700 มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายถึงระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

Ho : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ไม่แตกต่างกัน

H1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย แตกต่าง

ตาราง 19 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	M.S	F	Sig.
ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมาเป็นระยะเวลานานเท่าไร (ปี)	ระหว่างกลุ่ม	1.061	3	0.354	0.793	0.498
	ภายในกลุ่ม	168.204	377	0.446		
	รวม	169.265	380			
ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)	ระหว่างกลุ่ม	14.204	3	4.735	1.072	0.361
	ภายในกลุ่ม	1673.759	379	4.416		
	รวม	1687.963	382			

จากตารางวิเคราะห์ผลโดยใช้การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่ามีค่า

Sig ของระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเป็นปีเท่ากับ 0.498 และระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายคิดเป็นชั่วโมงเท่ากับ 0.361 มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายถึงอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

Ho : ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกัน

H1 : ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

ตาราง 20 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	M.S	F	Sig.
ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมาเป็นระยะเวลานานเท่าไร (ปี)	ระหว่างกลุ่ม	2.492	5	0.498	1.121	0.349
	ภายในกลุ่ม	166.773	375	0.445		
	รวม	169.265	380			
ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)	ระหว่างกลุ่ม	55.241	5	11.048	2.551*	0.027
	ภายในกลุ่ม	1632.722	377	4.331		
	รวม	1687.963	382			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางวิเคราะห์ผลโดยใช้การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่ามีค่า Sig ของระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเป็นปีเท่ากับ 0.349 มีค่ามากกว่าระดับ

นัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายถึง รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนพฤติกรรมของการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้งมีระยะเวลาเฉลี่ยคิดเป็น หน่วยชั่วโมงมีค่า Sig เท่ากับ 0.027 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จึงปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายถึงรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรม การใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่ามีค่าอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จึงนำมาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้ วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับ นัยสำคัญ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 21 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้ สาย เรื่องระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเป็นรายคู่

รายได้	Mean	<10,000	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	>50,000
		1.171	1.337	1.284	1.450	1.153	1.196
<10,000	1.171		0.166** (0.005)	0.113 (0.294)	0.279 (0.128)	0.018 (0.608)	0.025 (0.401)
10,001-20,000	1.337			0.053** (0.006)	0.113 (0.190)	0.184 (0.185)	0.141 (0.113)
20,001-30,000	1.284				0.166 (0.418)	0.131 (0.892)	0.088 (0.957)
30,001-40,000	1.450					0.297 (0.577)	0.254 (0.607)
40,001-50,000	1.153						0.043 (0.880)
>50,000	1.196						

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางวิเคราะห์ผลแสดงว่าผู้บริโภคมียารายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท กับผู้บริโภคมียารายได้ 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 หมายความว่า ผู้บริโภคมียารายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคมียารายได้ 10,001 – 20,000 บาท ในเรื่องของระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย (ชั่วโมง) โดยผู้บริโภคมียารายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย (ชั่วโมง) มากกว่า ผู้บริโภคมียารายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.166

พบว่า ผู้บริโภคมียารายได้ 10,001-20,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคมียารายได้ 20,001-30,000 บาท จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้บริโภคมียารายได้ มีพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 หมายความว่าผู้บริโภคมียารายได้ 10,001-20,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคมียารายได้ 20,001-30,000 บาท ในเรื่องของพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยผู้บริโภคมียารายได้ 20,001-30,000 บาท มีระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมากกว่า ผู้บริโภคมียารายได้ 10,001-20,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.053 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีความสามารถส่วนบุคคลประกอบด้วย ความสามารถทางคอมพิวเตอร์ ความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

Ho: ความสามารถในการใช้งานคอมพิวเตอร์ ความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษ ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

H1: ความสามารถในการใช้งานคอมพิวเตอร์ ความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษ ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ตาราง 22 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ความสามารถส่วนบุคคล	พฤติกรรมการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบบไร้สายมาเป็น ระยะเวลานานเท่าไร (ปี)		ขนาดและทิศทางของ ความสัมพันธ์
	Pearson	Sig (2-	
	Correlation	tailed)	
ความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์	0.178**	0.000	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	0.137**	0.007	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงแบบไร้สาย	0.105*	0.039	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ	0.020	0.689	ไม่มีความสัมพันธ์
ทักษะทางด้านความเข้าใจศัพท์ ภาษาอังกฤษ	-0.055	0.286	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ	-0.114*	0.026	ทิศทางตรงข้ามและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.178 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่าความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

2. ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งมีความน้อยกว่า .01 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.137 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่าความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

3. ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.039 ซึ่งมีความน้อยกว่า .05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.105 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่าความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

4. ความสามารถส่วนบุคคลด้านทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.689 ซึ่งมีความมากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความสามารถด้านทักษะการอ่านภาษาอังกฤษไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ความสามารถส่วนบุคคลด้านทักษะความเข้าใจศัพท์ภาษาอังกฤษ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.286 ซึ่งมีความมากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะทางด้านความเข้าใจศัพท์ภาษาอังกฤษไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ความสามารถส่วนบุคคลด้านทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.026 ซึ่งมีความน้อยกว่า .05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะการเขียนภาษาอังกฤษมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.114 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงข้าม หมายความว่าทักษะการเขียนภาษาอังกฤษมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายลดลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ตาราง 23 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง (ชั่วโมง)

ความสามารถส่วนบุคคล	ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)		ขนาดและทิศทางของ ความสัมพันธ์
	Pearson Correlation	Sig (2- tailed)	
ความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์	0.145**	0.004	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	0.077	0.131	ไม่มีความสัมพันธ์
ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงแบบไร้สาย	0.006	0.906	ไม่มีความสัมพันธ์
ทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ	-0.037	0.473	ไม่มีความสัมพันธ์
ทักษะทางด้านความเข้าใจศัพท์ ภาษาอังกฤษ	-0.039	0.451	ไม่มีความสัมพันธ์
ทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ	0.033	0.524	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

หมายความว่า ความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.145 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่าความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

2. ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.131 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1)

หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.906 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ความสามารถส่วนบุคคลด้านทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.473 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ความสามารถส่วนบุคคลด้านทักษะความเข้าใจศัพท์ภาษาอังกฤษ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.451 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ความสามารถส่วนบุคคลด้านทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.524 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม

ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3 ทศนคติทางด้านส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่บริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

H₀: ปัจจัยทางการตลาดไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

H₁: ปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

สมมติฐานข้อที่ 3.1 ทศนคติทางด้านบริการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H₀: ทศนคติทางด้านบริการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

H₁: ทศนคติทางด้านบริการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ตาราง 24 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบริการกับพฤติกรรมการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ปัจจัยทางด้านสินค้า/บริการ	พฤติกรรมการให้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบบไร้สายมาเป็น ระยะเวลานานเท่าไร (ปี)		ขนาดและทิศทางของ ความสัมพันธ์
	Pearson	Sig (2-	
	Corelation	tailed)	
การเชื่อมต่อง่าย	-0.010	0.852	ไม่มีความสัมพันธ์
ความไม่เสถียรของระบบ	0.114*	0.026	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ความน่าเชื่อถือของระบบ	-0.130*	0.011	ทิศทางตรงข้ามและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ความปลอดภัยในการใช้งาน	0.071	0.166	ไม่มีความสัมพันธ์

ตาราง 24 (ต่อ)

ปัจจัยทางด้านสินค้า/บริการ	พฤติกรรมการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบบไร้สายมาเป็น ระยะเวลานานเท่าไร (ปี)		ขนาดและทิศทางของ ความสัมพันธ์
	Pearson	Sig (2-	
	Corelation	tailed)	
ความถี่ซื้อเสียงของ ISP	-0.125*	0.014	ทิศทางตรงข้ามและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ความเร็วในการใช้งาน	0.046	0.373	ไม่มีความสัมพันธ์
มีบริการที่หลากหลาย	-0.016	0.751	ไม่มีความสัมพันธ์
มีพนักงานแนะนำ	-0.007	0.896	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทัศนคติต่อบริการ

จากตาราง แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบริการ กับพฤติกรรม
การใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่าง
ง่ายของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ง่าย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.852 ซึ่งมีค่า
มากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า
ปัจจัยทางด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ง่ายนั้นไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้บริการ
อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความเสถียร พบว่าค่า Sig.(2-
tailed) มีค่าเท่ากับ 0.026 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับ
สมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความเสถียรของระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้
สายมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.114 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมี
ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่าความเสถียรของระบบมี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

3. ความน่าเชื่อถือของระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความน่าเชื่อถือของระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.130 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงข้าม หมายความว่า ระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายลดลง

4. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความปลอดภัย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.116 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความปลอดภัยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (IS) พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.014 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.125 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงข้าม หมายความว่า ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายลดลง

6. ความเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.373 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความเร็วในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่หลากหลาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.751 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่หลากหลายไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่มีพนักงานให้คำแนะนำ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.896 ซึ่งมีความมากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความปลอดภัยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 25 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบริการกับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง (ชั่วโมง)

ปัจจัยทางด้านสินค้า/บริการ	ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)		ขนาดและทิศทางของ ความสัมพันธ์
	Pearson	Sig (2-	
	Corelation	tailed)	
การเชื่อมต่อง่าย	0.196**	0.000	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ความไม่เสถียรของระบบ	0.195**	0.000	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ความน่าเชื่อถือของระบบ	0.084	0.099	ไม่มีความสัมพันธ์
ความปลอดภัยในการใช้งาน	0.140**	0.006	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ความมีชื่อเสียงของ ISP	0.048	0.350	ไม่มีความสัมพันธ์
ความเร็วในการใช้งาน	0.128*	0.012	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
มีบริการที่หลากหลาย	0.084	0.101	ไม่มีความสัมพันธ์
มีพนักงานแนะนำ	0.152*	0.003	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบริการ กับพฤติกรรม การใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยให้การวิเคราะห์สถิติสัมพันธ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ง่าย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายได้ง่าย มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.196 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ง่ายนั้นมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

2. ระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความเสถียร พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความเสถียรของระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.195 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า ความเสถียรของระบบมีความสัมพันธ์ความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

3. ความน่าเชื่อถือของระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.099 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความน่าเชื่อถือของระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความปลอดภัย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความปลอดภัยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.140 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า

ความปลอดภัยในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

5. ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.350 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ความเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.012 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความเร็วในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.128 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า ความเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

7. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่หลากหลาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.101 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่หลากหลายไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่มีพนักงานให้คำแนะนำ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่มีพนักงานให้คำแนะนำมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.152 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า การมีพนักงานให้คำแนะนำในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

สมมติฐานข้อที่ 3.2 ทศนคติทางด้านราคามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H₀: ทศนคติทางด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

H₁: ทศนคติทางด้านราคามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ตาราง 26 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านราคากับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ปัจจัยทางด้านราคา	พฤติกรรมการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบบไร้สายมาเป็น ระยะเวลานานเท่าไร (ปี)		ขนาดและทิศทางของ ความสัมพันธ์
	Pearson Corelation	Sig (2- tailed)	
ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	0.092	0.073	ไม่มีความสัมพันธ์
ราคาแพงเมื่อเทียบกับบริการอื่น	0.143**	0.005	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ราคาคู่มือค่าน้อยกว่าเมื่อเทียบกับบริการอื่น	-0.110*	0.031	ทิศทางตรงข้ามและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ทัศนคติต่อราคา

จากตาราง แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.073 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1)

หมายความว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ราคาแพงเมื่อเทียบกับบริการอื่น พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ราคาแพงกว่าเมื่อเทียบกับบริการอื่นมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.143 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า ราคาแพงกว่าเมื่อเทียบกับบริการอื่นมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเพียงเล็กน้อย

3. ราคาคุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการอื่น พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.031 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ราคาคุ้มค่าน้อยกว่ามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.110 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงข้าม หมายความว่า ราคาคุ้มค่าน้อยกว่ามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายลดลงเพียงเล็กน้อย

ตาราง 27 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านราคากับพฤติกรรมการใช้บริการ
อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ปัจจัยทางด้านราคา	ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้		ขนาดและทิศทางของ ความสัมพันธ์
	อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง		
	แบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)		
	Pearson	Sig (2-	
	Corelation	tailed)	
ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	-0.039	0.444	ไม่มีความสัมพันธ์
ราคาแพงเมื่อเทียบกับบริการอื่น	0.059	0.252	ไม่มีความสัมพันธ์
ราคาคู่มือค่าน้อยกว่าเมื่อเทียบกับบริการอื่น	0.050	0.332	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.444 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ราคาแพงเมื่อเทียบกับบริการอื่น พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.252 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ราคาแพงกว่าเมื่อเทียบกับบริการอื่นไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ราคาคู่มือค่าน้อยกว่าเมื่อเทียบกับบริการอื่น พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.332 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ราคาคู่มือค่าน้อยกว่าไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 3.3 ทศนคติทางด้านสถานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

Ho: ทศนคติทางด้านสถานที่ที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

H1: ทศนคติทางด้านสถานที่ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายทั้ง

ตาราง 28 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสถานที่กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ปัจจัยทางด้านสถานที่	พฤติกรรมการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบบไร้สายมาเป็น ระยะเวลาานเท่าไร (ปี)		ขนาดและทิศทางของ ความสัมพันธ์
	Pearson	Sig (2-	
	Corelation	tailed)	
ความสะดวกสบายของสถานที่	0.030	0.564	ไม่มีความสัมพันธ์
มีจุดให้บริการอินเทอร์เน็ตหลายจุด	0.099	0.051	ไม่มีความสัมพันธ์
มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม	-0.009	0.867	ไม่มีความสัมพันธ์
สิ่งแวดล้อมเหมาะสมต่อการใช้งาน	-0.072	0.158	ไม่มีความสัมพันธ์

ทศนคติต่อสถานที่

จากตาราง แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสถานที่ กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

1. ความสะดวกสบายของสถานที่ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.564 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความสะดวกสบายของสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. มีจุดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหลายจุด พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.051 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า จุดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหลายจุดไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. บริการอาหารและเครื่องดื่ม พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.867 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า บริการอาหารและเครื่องดื่มไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. สิ่งแวดล้อมเหมาะสมต่อการใช้งาน พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.158 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า สิ่งแวดล้อมเหมาะสมต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสถานที่กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ปัจจัยทางด้านสถานที่	ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้		ขนาดและทิศทางของ ความสัมพันธ์
	อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)		
	Pearson Corelation	Sig (2- tailed)	
ความสะดวกสบายของสถานที่	0.062	0.226	ไม่มีความสัมพันธ์
มีจุดให้บริการอินเทอร์เน็ตหลายจุด	0.127*	0.012	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม	0.070	0.168	ไม่มีความสัมพันธ์
สิ่งแวดล้อมเหมาะสมต่อการใช้งาน	0.006	0.908	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1. ความสะดวกสบายของสถานที่ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.226 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความสะดวกสบายของสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. มีจุดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหลายจุด พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.012 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า จุดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหลายจุดมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.127 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า มีจุดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหลายจุดมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อย

3. บริการอาหารและเครื่องดื่ม พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.168 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า บริการอาหารและเครื่องดื่มไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. สิ่งแวดล้อมเหมาะสมต่อการใช้งาน พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.908 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า สิ่งแวดล้อมเหมาะสมต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 3.4 ทศนคติทางด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

Ho: ทศนคติทางด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

H1: ทศนคติทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายทั้ง

ตาราง 30 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการส่งเสริมทางการตลาดกับ
พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ปัจจัยทางการส่งเสริมทาง การตลาด	พฤติกรรมการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบบไร้สายมาเป็น ระยะเวลานานเท่าไร (ปี)		ขนาดและทิศทางของ ความสัมพันธ์
	Pearson	Sig (2-	
	Correlation	tailed)	
การลดราคา	0.098	0.054	ไม่มีความสัมพันธ์
มีการสะสมคะแนน	0.011	0.825	ไม่มีความสัมพันธ์
มีแพ็คเกจให้ลองใช้	0.115*	0.025	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทัศนคติต่อการส่งเสริมการตลาด

จากตาราง แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการส่งเสริมทางการตลาด กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การลดราคา พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.054 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า การลดราคาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.825 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัลไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. มีแพ็คเกจให้ทดลองใช้ก่อน พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.025 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า การมีแพ็คเกจ

แก้ไขให้ทดลองก่อนการใช้งานนั้นมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.115 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า การมีแพ็กเกจให้ทดลองก่อนการใช้งานมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย เพียงเล็กน้อย

ตาราง 31 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการส่งเสริมทางการตลาดกับ พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

ปัจจัยทางการส่งเสริมทาง การตลาด	ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)		ขนาดและทิศทางของ ความสัมพันธ์
	Pearson Correlation	Sig (2- tailed)	
การลดราคา	0.124*	0.015	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
มีการสะสมคะแนน	0.067	0.187	ไม่มีความสัมพันธ์
มีแพ็กเกจให้ลองใช้	0.069	0.176	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการส่งเสริมทางการตลาด กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การลดราคา พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การลดราคามีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.124 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า

การลดราคามีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อย

2. การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.187 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัลไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. มีแพ็คเกจให้ทดลองใช้ก่อน พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.176 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า การมีแพ็คเกจให้ทดลองก่อนการใช้นั้นไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมในการในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มในอนาคตต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

Ho: พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

H1: พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) เมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 32 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

แนวโน้มในการใช้งานอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต	พฤติกรรมกรการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบบไร้สาย		ขนาดและทิศทางของ ความสัมพันธ์
	Pearson	Sig (2-	
	Corelation	tailed)	
แนวโน้มในการใช้งานอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต	0.155*	0.002	ทิศทางเดียวกันและมี ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ราคาค่าอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้ สายที่คาดหวังต่อชั่วโมงในอนาคต	-0.060	0.237	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แนวโน้มการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

จากตาราง แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. แนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า แนวโน้มในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคตมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.155 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่าแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

2. ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่คาดหวังในอนาคต พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.237 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธ

สมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ราคาค่าบริการที่คาดหวังในอนาคตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 33 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง (ชั่วโมง)

แนวโน้มในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต	ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง)		ขนาดและทิศทางของความสัมพันธ์
	Pearson	Sig (2-	
	Corelation	tailed)	
แนวโน้มในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต	0.091	0.074	ไม่มีความสัมพันธ์
ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่คาดหวังต่อชั่วโมงในอนาคต	-0.051	0.315	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. แนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.074 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า แนวโน้มในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่คาดหวังในอนาคต พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.315 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ราคาค่าบริการที่คาดหวังในอนาคตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยสนใจถึง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านการตลาด และความสามารถส่วนบุคคลทั้งทางด้านคอมพิวเตอร์ และภาษาอังกฤษ ปัจจัยทางด้านการตลาด และแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต ผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางด้านการตลาดของธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย (Internet Wi-Fi) เพื่อประโยชน์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งส่งผลต่อการวางรากฐานทางด้านเทคโนโลยีต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ค้นคว้าต้องการทราบพฤติกรรมในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย เพื่อวางแผนทางด้านการตลาดของธุรกิจ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้ต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย
2. เพื่อศึกษาว่าความสามารถส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้ทางด้าน 4Ps ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย
4. เพื่อศึกษาความต้องการในการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของผู้ใช้โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย
2. ผลจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถนำไปพิจารณาวางแผนพัฒนา ปรับปรุง กำหนดกลยุทธ์

ทางการต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถส่วนบุคคลและเกิดบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

3. ผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางให้กับงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในอนาคต

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

2. ผู้บริโภคที่มีความสามารถส่วนบุคคลประกอบด้วย ความสามารถทางคอมพิวเตอร์ ความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

3. ทศนคติทางด้านส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่บริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

4. พฤติกรรมในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในอนาคตต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรทั้งชายและหญิงที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยคัดเลือกสถานที่เก็บข้อมูล 4 แห่ง คือ ห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ห้างสรรพสินค้าฟอร์จูน (เยาว์อิน) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือ เป็นแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด โดยแบ่งโครงสร้างเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 6 ข้อ และเติมคำ 1 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 3 ข้อ และเติมคำ 2 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 4 ข้อ เติมคำ 1 ข้อ และคำถามที่ให้แสดงความคิดเห็นทางด้านแนวโน้ม จำนวน 1 ข้อ โดยให้เลือกตามระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ

การหาคุณภาพของแบบสอบถาม

เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำไปหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Alpha – Coefficient) สูตรของครอนบาค (Cronbach) ผลปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามค่าเท่ากับ 0.9358

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต เอกสารทางวิชาการ หนังสือพิมพ์ บทความและข้อมูลจากสื่อสารสนเทศ ทางอินเทอร์เน็ต

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจนครบจำนวน 385 คน โดยแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมทั้งหมดเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์

การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ออกแบบไว้ และดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้วออกเก็บข้อมูลจริง

3. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ตามความต้องการแล้ว นำไปตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

4. ทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS/PC (Statistical Package for the Social Sciences / Personal Computer Plus)

5. ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างคือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ พฤติกรรมการใช้บริการ และแนวโน้มการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มาวิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่และเสนอผลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ

6. ส่วนข้อมูลทางด้านการให้ระดับความสำคัญของความสามารถส่วนบุคคล และความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย จะนำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

- ใช้สถิติเชิงอนุมานมาทำการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ โดยใช้สถิติ t-test และ F-test สำหรับข้อมูลประชากรศาสตร์ประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) หรือ ข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) กับพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย เป็นข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

- ทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างระดับความสามารถส่วนบุคคล และระดับความสำคัญทางด้านปัจจัยทางการตลาด ที่เป็นข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Interval Scale) ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ที่เป็นข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

- ทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยทางด้านการตลาด ที่เป็นข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Interval Scale) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในอนาคตต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ที่เป็นข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยโดยแบ่งเป็นตอนๆ ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

เพศ

พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนระหว่างเพศชายและเพศหญิงในระดับใกล้เคียงกัน เป็นเพศชายจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.65 และเพศหญิงจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 49.35

อายุ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-29 ปี มีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 42.08 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 30-34 ปี มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.97 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 24 ปี มีจำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 18.44 และมากกว่า 34 ปีขึ้นไป มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.51 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ซึ่งมีจำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 78.70 รองลงมาคือ ผู้มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน มีจำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 20.26 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.04 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 รองลงมา คือผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 90 คนคิดเป็นร้อยละ 23.37 และผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.38

อาชีพ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 78.96 รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.65 และประกอบธุรกิจส่วนตัว 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.81 รองลงมาคือผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001- 30,000 บาท มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.21 และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

ที่อยู่ปัจจุบัน

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เขตจตุจักร และบางเขน มากที่สุด จำนวนเขตละ 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.23 รองลงมาคือ เขตบางกะปิ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45 และเขตลาดพร้าวจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.42 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย แนวโน้มการให้บริการในอนาคต ความสามารถส่วนบุคคล และความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด

ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โน้ตบุ๊กเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มีจำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 73.51 รองลงมาคือใช้โทรศัพท์มือถือ มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.58 และปาล์ม/พีดีเอเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.91 ตามลำดับ

เหตุผลที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเพื่อค้นหาข้อมูล มีจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 48.57 รองลงมาเพื่อตรวจสอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.29 และติดตามข่าวสาร มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45 ตามลำดับ

เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลานานเท่าใด

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มใช้อินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลานานเฉลี่ย 1.30 ปี โดยระยะเวลานานน้อยที่สุดมีค่าเท่ากับ 0.1 ปี และระยะเวลานานที่มากที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.1 ปี

ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

พบว่า ระยะเวลาเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง(ชั่วโมง) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.46 โดยใช้เวลาน้อยที่สุดมีค่าเท่ากับ 0.17 ชั่วโมงและใช้เวลามากที่สุดมีค่าเท่ากับ 6 ชั่วโมง

ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในช่วงเวลา 16:00-20:00 น. มีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.62 รองลงมาคือช่วง 12:00-16:00 น. มีจำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 28.57 และช่วงเวลา 20:00-24:00 น. มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.22 ตามลำดับ

ด้านสถานที่ ที่ต้องการให้มีอินเทอร์เน็ต

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้ห้างสรรพสินค้ามีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมากที่สุด มีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 42.34 รองลงมาคือร้านอาหาร / เครื่องดื่ม มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 และสถาบันการศึกษามีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

วิธีการสมัครสมาชิกที่ต้องการ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการสมัครอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยนำ username / password ของแพ็คเกจทั่วไปที่เป็นสมาชิกอยู่แล้วมาใช้งาน มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 37.93 รองลงมาต้องการสมัครอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยซื้อบัตรชั่วโมงอินเทอร์เน็ตตามจุดที่ให้บริการ มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และต้องการสมัครอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยซื้อบัตรชั่วโมงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ มีจำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 16.36 ตามลำดับ

วิธีการคิดค่าบริการที่ต้องการ

พบว่า ความต้องการส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามในการคิดค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ต้องการชำระเป็นรายวัน / เดือน / ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 รองลงมาคือ ชำระค่าบริการตามการใช้งานจริง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.31 และไม่คิดค่าบริการ ถ้าเป็นลูกค้าหรือสมาชิกของสถานที่ ที่ให้บริการจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.56 ตามลำดับ

วิธีชำระค่าบริการที่ต้องการ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการชำระค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยหักจากวงเงินหรือชั่วโมงในบัญชีอินเทอร์เน็ตที่เป็นสมาชิก มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.17 รองลงมาคือ การชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 และต้องการชำระค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายโดยชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายที่คิดว่าเหมาะสม

ราคาค่าบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเหมาะสม (บาท/ชั่วโมง) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 22.31 บาทต่อชั่วโมง โดยใช้ราคาต่ำที่สุดมีค่าเท่ากับ 2 บาทต่อชั่วโมง และใช้ราคาสูงสุดคือ 200 บาทต่อชั่วโมง

แนวโน้มในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายในอนาคต

แนวโน้มในอนาคตต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะใช้บริการต่อในอนาคต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.11 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นที่มีแนวโน้มจะให้บริการแน่นอน

ความสามารถส่วนบุคคลในการใช้งานคอมพิวเตอร์

พบว่า ผู้บริโภคมีความสามารถส่วนบุคคลในการใช้คอมพิวเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 ซึ่งสามารถจำแนกแต่ละรายข้อดังนี้

ความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 ความเข้าใจใน

การใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 โดยมีค่า เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.06

ความสามารถส่วนบุคคลในการใช้ภาษาอังกฤษ

พบว่า ผู้บริโภคมีความสามารถส่วนบุคคลในการใช้ภาษาอังกฤษโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.55 ซึ่งสามารถจำแนกแต่ละรายข้อดังนี้

ทักษะการอ่านภาษาอังกฤษผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 ทักษะด้านความเข้าใจศัพท์ภาษาอังกฤษผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 ทักษะการเขียนภาษาอังกฤษผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 โดยมีค่า เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.94

ทัศนคติทางด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ระดับความสำคัญทางด้านการบริการโดยรวมในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 โดยให้ระดับความสำคัญต่อความเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 รองลงมาคือ ความไม่เสถียรของระบบ การเชื่อมต่อที่ง่าย ไม่ยุ่งยาก และความน่าเชื่อถือของระบบ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 4.34 และ 4.21 ตามลำดับ

ส่วนความปลอดภัยในการใช้งาน การมีพนักงานแนะนำ หรือให้ความช่วยเหลือในการใช้งาน และความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการ (ISP) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 3.94 3.84 และ 3.74 ตามลำดับ

ทัศนคติทางด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ระดับความสำคัญทางด้านราคาโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องราคาซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30

ส่วนระดับความสำคัญของราคาคุ่มค่าน้อยกว่าเมื่อเทียบกับบริการอื่น และราคาแพงเมื่อเทียบกับบริการอื่นนั้น เป็นคำถามเชิงปฏิเสธ ซึ่งได้ปรับเป็นคำถามเชิงบวกแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.30 และ 2.02 ตามลำดับ

ทัศนคติทางด้านการสถานที่บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ระดับความสำคัญทางด้านการสถานที่โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 รองลงมาคือมีจุดให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหลายจุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และความสะอาดสวยงามของสถานที่ และมีบริการอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมากเช่นกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 และ 3.90 ตามลำดับ

ทัศนคติทางด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ระดับความสำคัญทางด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อการลดราคามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนการมีแพ็คเกจให้ทดลองใช้ก่อน และการสะสมคะแนนแลกของรางวัลนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และ 4.08 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และหญิง ใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายมาเป็นระยะเวลานานเฉลี่ย 1.388 ปี และ 1.223 ปี ตามลำดับ พบว่า มีค่า Sig 2 tailed เท่ากับ 0.160 หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมาเป็นระยะเวลานานเฉลี่ย (ปี) ไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ข้อมูลแยกตามระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายคิดเป็นชั่วโมง พบว่าเพศชาย และหญิงใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 1.913 ชั่วโมง และ 1.447 ชั่วโมง ตามลำดับ มีค่า Sig 2 tailed เท่ากับ 0.300 โดยมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) ไม่แตกต่าง

จากผลการวิเคราะห์ที่ได้ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายถึงเพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ผล พบว่ามีค่า Sig ของระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมาเป็นระยะเวลานานเฉลี่ย (ปี) เท่ากับ 0.364 และระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย (ชั่วโมง) เท่ากับ 0.972 หมายถึงอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพบุลย์ สูงกิจบูลย์ (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการให้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท ในทัศนะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย" ผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุแตกต่างกันมีปริมาณการให้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท ในทัศนะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.3 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด และ สถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน / หย่าร้าง ใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายมาเป็นระยะเวลานานเฉลี่ย 1.279 ปี และ 1.374 ปี

และมีค่า Sig 2 tailed เท่ากับ 0.253 หมายความว่าสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในขณะที่ข้อมูลแยกตามระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายคิดเป็น ชั่วโมง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด และ สถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน / หม้าย / หย่าร้าง ใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายมาเป็นระยะเวลานานเฉลี่ย 1.444 ชั่วโมง และ 1.5 ชั่วโมง และมีค่า Sig 2 tailed เท่ากับ 0.653 หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ที่ได้ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายถึงสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ผล พบว่า ค่า Sig ของระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) เท่ากับ 0.855 และระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย (ชั่วโมง) เท่ากับ 0.700 หมายถึงระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพบุลย์ สูงกิจบุญ (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการให้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท ในทัศนะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย” ผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปริมาณการให้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท ในทัศนะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ผล พบว่า ค่า Sig ของระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) เท่ากับ 0.498 และระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายคิดเป็นชั่วโมงเท่ากับ 0.361 หมายถึงอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพบุลย์ สูงกิจบุญ (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อ

ปริมาณการให้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท ในทัศนะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย”
ผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปริมาณการให้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท
ในทัศนะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ผล พบว่า ค่า Sig ของระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมา
นานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) เท่ากับ 0.349 หมายถึงรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ
อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้อง
กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพบุลย์ สูงกิจบูลย์ (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง
“ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการให้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท ในทัศนะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตใน
ประเทศไทย” ผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีรายได้แตกต่างกันมีปริมาณการให้บริการเว็บไซต์แต่ละ
ประเภท ในทัศนะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

ส่วนพฤติกรรมของการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้งมีระยะเวลาเฉลี่ยคิดเป็น
หน่วยชั่วโมงมีค่า Sig เท่ากับ 0.027 หมายถึงรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ
อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ
งานวิจัยของ จันทรีทิวา สิ้นเลิศวิบูลย์ (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยคุณสมบัติอินเทอร์เน็ตแบบ
แพคเกจที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อด้านราคาในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้ใช้
อินเทอร์เน็ตที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกอินเทอร์เน็ตแบบแพคเกจในเขต
กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน และจากผลการวิเคราะห์มีคู่ที่แตกต่างกันอยู่ 2 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ
กว่า 10,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ 10,001 – 20,000
บาท มีระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย (ชั่วโมง) มากกว่า ผู้บริโภคที่มี
รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.166

และผู้ใช้บริโภคที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ใช้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-
30,000 บาท โดยผู้ใช้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูงแบบไร้สายมากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ
0.053

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีความสามารถส่วนบุคคลประกอบด้วย ความสามารถทางคอมพิวเตอร์ ความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถส่วนบุคคล กับระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เพียงเล็กน้อยเท่านั้น และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

2. ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เพียงเล็กน้อยเท่านั้น และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชพล วงศ์สถิตย์ ปิยะ ตงสาดี และสุธี เวชพุกพิทักษ์ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และอุปกรณ์ต่อพ่วงโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล” ผลการวิจัยพบว่าความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตมีผลต่อความสนใจในการเลือกซื้ออุปกรณ์แตกต่างกัน

3. ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.039 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพียงเล็กน้อยเท่านั้น และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

4. ความสามารถส่วนบุคคลด้านทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.689 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ความสามารถด้านทักษะการอ่านภาษาอังกฤษไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ความสามารถส่วนบุคคลด้านทักษะความเข้าใจศัพท์ภาษาอังกฤษ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.286 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ทักษะทางด้านความเข้าใจศัพท์

ภาษาอังกฤษไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ความสามารถส่วนบุคคลด้านทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.026 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีเครื่องหมายไปในทิศทางตรงข้ามหมายความว่าทักษะการเขียนภาษาอังกฤษมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายลดลงเพียงเล็กน้อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถส่วนบุคคล กับระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย (ชั่วโมง) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความเข้าใจในการใช้งานคอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เพียงเล็กน้อย และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

2. ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.131 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.906 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ความสามารถส่วนบุคคลด้านทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.473 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ความสามารถส่วนบุคคลด้านทักษะความเข้าใจศัพท์ภาษาอังกฤษ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.451 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ความสามารถส่วนบุคคลด้านทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.524 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3 ทศนคติทางด้านส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่บริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

สมมติฐานข้อที่ 3.1 ทศนคติทางด้านบริการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

ทัศนคติต่อบริการ

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบริการ กับระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ง่าย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.852 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยทางด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ง่ายนั้นไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความเสถียร พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.026 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความเสถียรของระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพียงเล็กน้อย และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

3. ความน่าเชื่อถือของระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีเครื่องหมายไปในทิศทางตรงข้าม หมายความว่า ความน่าเชื่อถือของระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลดลงเพียงเล็กน้อย

4. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความปลอดภัย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.116 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ความปลอดภัยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.014 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีเครื่องหมายไปในทิศทางตรงข้ามหมายความว่า ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) ลดลงเพียงเล็กน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ความเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.373 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ความเร็วในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่หลากหลาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.751 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่หลากหลายไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่มีพนักงานให้คำแนะนำ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.896 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ความปลอดภัยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบริการ กับระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ง่าย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 หมายความว่า การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายได้ง่าย มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพญลย์ สูงกิจบุญ

(2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท ในทัศนะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย" ผลการวิจัยสรุปได้ว่าลักษณะการใช้งานต้องง่ายและเข้าถึงได้รวดเร็ว

2. ระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความเสถียร พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความเสถียรของระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สอนง จำขึ้น (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย" โดยผู้บริโภคต้องการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว ต่อเนื่อง และไม่หลุดง่าย ซึ่งหมายถึงระบบที่มีความเสถียร

3. ความน่าเชื่อถือของระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.099 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความน่าเชื่อถือของระบบที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ความสัมพันธต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สอนง จำขึ้น (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย" โดยผู้บริโภคต้องการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว ต่อเนื่อง และไม่หลุดง่าย ซึ่งหมายถึงระบบที่มีความน่าเชื่อถือ

4. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความปลอดภัย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความปลอดภัยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.350 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

6. ความเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.012 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความเร็วในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อ

ครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สอนง จำขึ้น (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย" โดยผู้บริโภค ต้องการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว ต่อเนื่อง และไม่หลุดง่าย

7. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่หลากหลาย พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.101 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่หลากหลายไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่มีพนักงานให้คำแนะนำ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 หมายความว่า บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่มีพนักงานให้คำแนะนำมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 3.2 ทศนคติทางด้านราคามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

ทัศนคติต่อราคา

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านราคา กับระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.073 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ราคาแพงเมื่อเทียบกับบริการอื่น พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.0005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 หมายความว่า ราคาแพงกว่าเมื่อเทียบกับบริการอื่นมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) เพียงเล็กน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากเป็นบริการที่ผู้บริโภครับทราบอยู่แล้วว่ามีค่าบริการแพงกว่าบริการอื่น

3. ราคาคุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการอื่น พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.031 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีเครื่องหมายไปในทิศทางตรงข้าม หมายความว่า ราคาคุ้มค่าน้อยกว่ามีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) ลดลงเพียงเล็กน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านราคา กับระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ราคาเมื่อผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.444 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ราคาแพงเมื่อเทียบกับบริการอื่น พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.252 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ราคาแพงกว่าเมื่อเทียบกับบริการอื่นไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ราคาคุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการอื่น พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.332 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ราคาคุ้มค่าน้อยกว่าไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 3.3 ทศนคติทางด้านสถานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

ทัศนคติต่อสถานที่

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสถานที่ กับระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ความสะดวกสบายของสถานที่ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.564 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ความสะดวกสบายของสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. มีจุดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหลายจุด พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.051 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า จุดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหลายจุดไม่มี

ความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. บริการอาหารและเครื่องดื่ม พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.867 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า บริการอาหารและเครื่องดื่มไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. สิ่งแวดล้อมเหมาะสมต่อการใช้งาน พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.158 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า สิ่งแวดล้อมเหมาะสมต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านการส่งเสริมทางการตลาด กับระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ความสะดวกสบายของสถานที่ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.226 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ความสะดวกสบายของสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. มีจุดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหลายจุด พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.012 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า จุดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหลายจุดมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

3. บริการอาหารและเครื่องดื่ม พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.168 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า บริการอาหารและเครื่องดื่มไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. สิ่งแวดล้อมเหมาะสมต่อการใช้งาน พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.908 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า สิ่งแวดล้อมเหมาะสมต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 3.4 ทศนคติทางด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายแตกต่างกัน

ทศนคติต่อการส่งเสริมการตลาด

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านการส่งเสริมทางการตลาด กับระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การลดราคา พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.054 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า การลดราคาไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.825 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัลไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. มีแพ็คเกจให้ทดลองใช้ก่อน พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.025 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า การมีแพ็คเกจให้ทดลองใช้ก่อนการใช้นั้นมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย เพียงเล็กน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านการส่งเสริมทางการตลาด กับระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การลดราคา พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า การลดราคามีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เพียงเล็กน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิระ แสงสุริยงค์ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ต” โดยศึกษาความสัมพันธ์ของค่าบริการอินเทอร์เน็ตต่อเดือน ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตต่อเดือนลดลงมีผลทำให้ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้น
2. การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.187 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัลไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. มีแพ็กเกจให้ทดลองใช้ก่อน พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.025 ซึ่งมีความมากกว่า .05 หมายความว่า การมีแพ็กเกจให้ทดลองก่อนการใช้งานนั้นไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมในการในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มในอนาคตต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

แนวโน้มการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต กับระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมานานเป็นระยะเวลาเฉลี่ย (ปี) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. แนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 หมายความว่า แนวโน้มในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคตมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเพียงเล็กน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

2. ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่คาดหวังในอนาคต พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.237 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ราคาค่าบริการที่คาดหวังในอนาคตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต กับระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. แนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคต พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.074 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า แนวโน้มในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในอนาคตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายที่คาดหวังในอนาคต พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.315 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ราคาค่าบริการที่คาดหวังในอนาคตไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ที่สรุปข้างต้น พบว่าพฤติกรรมในการใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายนั้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านการตลาด โดยจะเห็นได้ว่า บริการที่ให้ความเร็วสูงนั้นจะเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญที่สุด รองลงมาคือความเสถียรของระบบ และความน่าเชื่อถือของระบบ เนื่องจากบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายนั้นเป็นเทคโนโลยีใหม่ในประเทศไทย ดังนั้นความน่าเชื่อถือในการให้บริการ และความเร็วจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อีกทั้งการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหลายจุดนั้น เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเช่นกัน ความต้องการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายนั้นส่วนใหญ่ผู้บริโภคใช้ในการค้นหาข้อมูล รองลงมาคือการรับ-ส่ง จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารได้ทุกที่ทุกเวลา

จากผลการวิเคราะห์ยังพบว่า ความสามารถทางด้านการใช้งานคอมพิวเตอร์ และความสามารถในการใช้ภาษาของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายนั้น มีความสามารถในระดับดี จึงไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมากนัก รวมถึงปัจจัยทางด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย มีเพียงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่านั้นที่มีผลต่อ ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายต่อครั้ง (ชั่วโมง) เนื่องจากการให้บริการดังกล่าวยังเป็นบริการที่ใหม่ในประเทศไทย อุปสรรคในการใช้งาน และค่าบริการยังมีราคาสูงในปัจจุบัน ดังนั้นรายได้จึงมีผลต่อค่าใช้จ่าย และส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานชั่วโมงเฉลี่ยลดลง

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษา “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะดังนี้

เนื่องจากบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเป็นเทคโนโลยีใหม่ และเพิ่งเริ่มแพร่หลายในประเทศไทยไม่นาน เป็นบริการที่ต้องใช้อุปกรณ์เฉพาะในการรองรับการใช้งาน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ที่รองรับการใช้งานแบบไร้สาย อุปกรณ์มือถือ อุปกรณ์ในการจ่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ต ณ จุดที่ให้บริการ อีกทั้งบริการดังกล่าวยังไม่แพร่หลาย ผู้ใช้บริการยังคงจำกัดอยู่ในกลุ่มคนที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมาก่อน และจำกัดการให้บริการเฉพาะสถาบันการศึกษา อาคารในย่านธุรกิจสำคัญ และภายในแต่ละองค์กรเท่านั้น ดังนั้นปัจจัยทางด้านการตลาด จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะกระตุ้นพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค

ด้านประชากรศาสตร์ ควรจัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคกลุ่มที่มีอายุ 25-29 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายมากที่สุด

ความสามารถทางด้านคอมพิวเตอร์ ควรให้ความรู้และแนะนำวิธีการใช้งานแก่ผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความชำนาญ และสร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภคว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายนั้นง่าย และไม่ยุ่งยาก

ด้านบริการ ความเร็วของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ความเสถียร และความน่าเชื่อถือของระบบ เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้ ดังนั้นการจัดหาความเร็วที่เหมาะสม การดูแล และให้ความสำคัญต่อระบบไม่ให้ล่ม หรือสามารถให้บริการได้ตลอดเวลา จึงเป็นสิ่งสำคัญของการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย และหากพิจารณาถึงวิธีคิดค่าบริการ ควรจัดบริการแบบรายเดือน/รายวัน/รายปี และเพิ่มช่องทางในการชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิต และเคาน์เตอร์เซอร์วิส เพื่อความสะดวกและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

ด้านราคา ปัจจุบันบริการยังไม่เป็นที่แพร่หลาย ทำให้ราคาค่าบริการต่อชั่วโมงสูงกว่าค่าบริการอินเทอร์เน็ตประเภทอื่น ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) บางรายเสนอให้ทดลองใช้บริการฟรี ในช่วงแรก เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการทดลองก่อนซื้อบริการ ดังนั้น การลดราคา หรือให้ใช้ฟรีในช่วงแรก พร้อมการให้ข้อมูลเพื่อเกิดการเรียนรู้ และเล็งเห็นประโยชน์ในการใช้งานจะเป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการทดลองใช้เพิ่มขึ้น จากการสำรวจผู้บริโภคคาดหวังราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย 22.31 บาท/ชั่วโมง ดังนั้น ควรกำหนดราคาค่าบริการที่ 20 – 25 บาท

ด้านสถานที่ ที่ให้บริการ การเพิ่มจุดให้บริการหลายจุด ตามอาคารสำนักงานต่างๆ สถาบันการศึกษา สถานที่ราชการ สถานีขนส่งต่างๆ ขยายเป็นวงกว้างเพิ่มมากขึ้น เพื่อสะดวกและสนองความต้องการของผู้ใช้งานมากขึ้น เช่น สถาบันการศึกษา นอกจากการให้บริการในห้องสมุดแล้วนั้น ควรเพิ่มจุดให้บริการในอาคารเรียนเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นคว้าได้ในห้องเรียน หรือการเพิ่มจุดให้บริการอินเทอร์เน็ตในสถานีรถไฟฟ้า ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการลดราคา และการมีสินค้าให้ทดลองก่อนการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยทางด้านราคาที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมในการใช้งาน ดังนั้น การลดราคา หรือจัดทำสินค้าให้ทดลองใช้ จึงเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการใช้งานต่อชวโมงนานขึ้น หรือเกิดการอยากซื้อเพื่อทดลองใช้ ซึ่งควรทำควบคู่กับการให้ความรู้ และให้คำแนะนำในการใช้งาน โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงประโยชน์ในการใช้งาน

และจากผลการสำรวจ พบว่าช่วงเวลาที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือช่วงเวลา 16:00 – 20:00 น. ดังนั้นการลดราคาในช่วงเวลาดังกล่าว (Time-zone pricing) จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้งานเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อปรับปรุงบริการ ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค
2. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย กับบริการประเภทอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพื่อนำผลที่ได้มาพิจารณาในการปรับปรุงบริการ และวางแผนทางการตลาดอย่างเหมาะสม
3. ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ของคนต่างชาติในประเทศไทย เปรียบเทียบกับคนไทย เพื่อวางแผนการตลาดในการเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย และสร้างบริการเสริมเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กัลยา ศรีสถิตย์. (2543). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล : ศึกษากรณีลูกค้าห้างเดอะวันนา เดอะคอมพิวเตอร์ ซิตี รายงานการศึกษาปัญหาพิเศษ (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.

กัลยา วาณิชย์บัญชา.(2544). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

กาญจนา เพลินศิริ. (2537). กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร. ปรินูญานินพนธ์ กศม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.

จันทร์ทิรา สิ้นเลิศวิบูลย์ (2547). ปัจจัยคุณสมบัติอินเทอร์เน็ตแบบแพคเกจที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อด้านราคาในเขตกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.

ชวนีย์ พงศาพิชญ์ (2537). การปรับปรุงพฤติกรรม : เทคนิคในการเพิ่มผลผลิต.//
แหล่งที่มา : <http://library.kmitnb.ac.th/article/atc42/atc00245.html#2> //
10 กุมภาพันธ์ 2547

ชูศรี วงศ์รัตนะ.. (2541). สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : เทพนมิตรการพิมพ์.

ดารา ทีปะปาล (2524). เอกสารการสอนพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

ไทยไวเลสแลนดอทคอม. (2547).// ความหมายของอินเทอร์เน็ตไร้สาย.// แหล่งที่มา :
<http://www.thaiwirelesslan.com>. // วันที่สืบค้น 10 กุมภาพันธ์ 2547.

ธงชัย สันติวงษ์. (2533). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

ธำนิษฐ์ ศิลปจารุ (2546) คู่มือการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS. นนทบุรี : โรงพิมพ์นิตการพิมพ์.

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (2544). กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร. กรุงเทพฯ : ทิปปิง พอยท์.

พีระ แสงสุริยงค์ (2542). ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ต วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร

- ไพบูลย์ สูงกิจบุญ (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท ในทัศนะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ปริญ ลักษิตานนท์. (2544). จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : หจก.เหรียญบุญการพิมพ์.
- ราชพล วงศ์สถิตยและคณะ. (2545). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและอุปกรณ์ต่อพ่วงโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วุฒยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ลอออง ธนาเศรษฐกร และคณะ. (2542). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของประชากรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วุฒยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). การวิจัยเชิงปฏิบัติ คู่มือการวิจัย. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สมยศ นาวิก. (2521). การพัฒนาองค์การและการจูงใจ. กรุงเทพฯ : ดวงกมล.
- สนอง จำขึ้น. (2541). ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. วุฒยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ.: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ./ (2546)./ การสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.// แหล่งที่มา: /
<http://www.nitc.go.th/internetuser/survey2004.html> // วันที่สืบค้น 10 พฤษภาคม 2547
- สำออง งามวิชา. (2543). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : โอ.เอ.พรินต์ติ้ง เฮาส์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : วีริฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2534). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ไทยพัฒนาศึกษา.
- (2538) พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วิสิทธิ์วัฒนา.
- (2534). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท วีริฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2547). *Internet User in Thailand*. // แหล่งที่มา : / <http://www.ntl.nectec.or.th/internet/user-growth.html>. // วันที่สืบค้น 10 กุมภาพันธ์ 2547.
- (2547). *Internet Information Research Center*. // แหล่งที่มา : <http://ntl.nectec.or.th/internet/index.php>. // วันที่สืบค้น 1 พฤษภาคม 2547.
- (2547). ความหมายของอินเทอร์เน็ต. //

แหล่งที่มา : <http://www.nectec.or.th/courseware/internet/internet-tech/0001.html> //

วันที่สืบค้น 10 กุมภาพันธ์ 2547.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2534). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Bandura, A. *Principles of behavior modification*. New York : Holt, Rinehart and Winston, 1969.

Kotler, Philip. (1988) *Management : Analysis Planning and control*. 4th ed. London : PrenticeHall International.

-----, (1994) *Marketing Management Analysis , Planning , Implementation and Control*. 8th ed. pp. 173-201 USA : Prentice Hall.

-----, (1994) *Research comparing decision-making in absence of time constraints : The Canadian Perspective Consumer Behaviour* 2nd ed. pp. 88-89 USA : Prentice Hall

Ormrod, Jeanne Ellis. (1995). *Human Learning*. 2nd ed. New Jersey : Prentice - Hall.

Shiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (1994). *Consumer Behavior*. 5th ed. New Jersey : Prentice – Hall, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก
ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

โครงการวิจัยเรื่อง "ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย
ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร โดยมีเนื้อหาสอบถามเกี่ยวกับเรื่อง "ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย" โดยมีวัตถุประสงค์ในการค้นคว้า รวบรวมคำตอบ และวิเคราะห์ผล เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการตลาด และส่งผลต่อการวางรากฐานทางด้านเทคโนโลยี

ข้อมูลและความรู้ที่ได้ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาดังกล่าว ทางผู้วิจัยขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับ

แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย
- ตอนที่ 3 แนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย
- ตอนที่ 4 ข้อมูลทางด้านความสามารถส่วนบุคคล
- ตอนที่ 5 ข้อมูลทางด้านปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ผู้วิจัย
นักศึกษาปริญญาโทภาควิชาการตลาด
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและกาเครื่องหมายถูก ลงในช่องที่ตรงกับสถานภาพของท่าน

1 เพศ

☐

1) ชาย

☐

2) หญิง

2 อายุ

☐

1) ต่ำกว่า 15 ปี

☐

2) 15 - 19 ปี

☐

3) 20 - 24 ปี

☐

4) 25 - 29 ปี

☐

5) 30 - 34 ปี

☐

6) มากกว่า 34 ปีขึ้นไป

3 สถานภาพสมรส

☐

1) โสด

☐

2) สมรส / อยู่ด้วยกัน

☐

3) ม้าย / หย่าร้าง

4 ระดับการศึกษา

☐

1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

☐

2) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. / ปวส.

☐

3) ปริญญาตรี

☐

4) สูงกว่าปริญญาตรี

☐

5) อื่น _____

5 อาชีพ

☐

1) นักเรียน / นักศึกษา

☐

2) แม่บ้าน / พ่อบ้าน

☐

3) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐

4) พนักงานบริษัทเอกชน

☐

5) ประกอบธุรกิจส่วนตัว

☐

6) อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐

1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

☐

2) 10,001 - 20,000 บาท

☐

3) 20,001 - 30,000 บาท

☐

4) 30,001 - 40,000 บาท

☐

5) 40,001 - 50,000 บาท

☐

6) มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

7 ที่พักอาศัยปัจจุบัน

☐

กรุงเทพมหานคร เขต _____

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบบไร้สายของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและกาเครื่องหมายถูก ลงในช่องที่ตรงกับสถานการณ์ของท่านเพียงข้อเดียว

1 คอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ท่านใช้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไร้สายเป็นประเภทใด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- ☐ 1) โน้ตบุ๊ก Notebook ☐ 2) ปาล์ม (Palm) หรือ พีดีเอ (PDA)
- ☐ 3) โทรศัพท์มือถือ (GPRS) ☐ 4) อื่นๆ โปรดระบุ _____

2 ท่านใช้อินเทอร์เน็ตแบบไร้สายมาเป็นระยะเวลา _____ ปี

3 ช่วงเวลาที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตแบบไร้สายบ่อยที่สุด

- ☐ 1) 08:01 -12:00 น. (เช้าถึงเที่ยง) ☐ 2) 12:01 -16:00 น. (บ่าย)
- ☐ 3) 16:01 -20:00 น. (เช้าถึงเที่ยง) ☐ 4) 20:01 -24:00 น. (หัวค่ำถึงดึก)
- ☐ 5) 00:01 -04:00 น. (ดึก) ☐ 6) 04:01 -08:00 น. (เช้าน้ำ)

4 ระยะเวลาเฉลี่ยที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตแบบไร้สายต่อครั้ง _____ ชั่วโมง _____ นาที

5 เหตุผลข้อใดที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- ☐ 1) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ☐ 2) ค้นหาข้อมูล (Information Search)
- ☐ 3) ติดตามตลาดหุ้น (Stock market) ☐ 4) ติดตามข่าว (News, Timely Report)
- ☐ 5) สนทนา (Chat/ ICQ) ☐ 6) เว็บบอร์ด (Web Board)
- ☐ 7) เล่นเกมออนไลน์ (Games online) ☐ 8) ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ (Download-Software)
- ☐ 9) ดาวน์โหลดเพลง (Download-Music) ☐ 10) ซื้อ/ชมสินค้า (Shopping)
- ☐ 11) ดาวน์โหลดเกมส์ (Download-Game) ☐ 12) ดาวน์โหลดภาพยนตร์ (Download-Movie)
- ☐ 13) อื่นๆ โปรดระบุ _____

ตอนที่ 3 แนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตแบบไร้สายของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและกาเครื่องหมายถูก ลงในช่องที่ตรงกับสถานการณ์ของท่านเพียงข้อเดียว

1 หากท่านเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย สถานที่ใดในกรุงเทพฯที่ท่านต้องการให้มีจุดบริการอินเทอร์เน็ต

(เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- ☐ 1) สถาบันการศึกษา ☐ 2) ห้างสรรพสินค้า
- ☐ 3) ร้านอาหารหรือเครื่องดื่ม ☐ 4) ธนาคาร หรือสถาบันการเงิน
- ☐ 5) อาคารสำนักงาน ☐ 6) หมู่บ้าน หรืออาคารที่พักอาศัย
- ☐ 7) สถานีขนส่ง ☐ 8) อื่นๆ โปรดระบุ _____

2 หากท่านเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย วิธีการสมัครแบบใดที่ท่านต้องการ (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- ☐ 1) ชื่อบัตรชั่วโมงอินเทอร์เน็ตตามจุดที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต
- ☐ 2) ชื่อบัตรชั่วโมงอินเทอร์เน็ตจากตู้เอทีเอ็ม
- ☐ 3) ชื่อบัตรชั่วโมงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ
- ☐ 4) สามารถนำ username / password ของแพ็คเกจทั่วไปที่เป็นสมาชิกอยู่แล้วมาใช้งานได้
- ☐ 5) เคาน์เตอร์เซอร์วิส (Counter Service) _____
- ☐ 6) อื่นๆ โปรดระบุ _____

3 หากท่านเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย วิธีการคิดค่าบริการแบบใดที่ท่านต้องการ (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- ☐ 1) คิดค่าบริการตามเวลาที่ใช้งานจริง (Pay Per Use)
- ☐ 2) คิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายเป็นรายวัน / รายเดือน / รายปี (Daily / Monthly / Yearly)
- ☐ 3) คิดค่าบริการตามปริมาณข้อมูลที่ใช้งานจริง (Pay Per Megabyte)
- ☐ 4) ไม่คิดค่าบริการ ถ้าเป็นลูกค้า หรือสมาชิกของสถานที่ดังกล่าว
- ☐ 5) อื่นๆ โปรดระบุ _____

4 หากท่านเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย วิธีการชำระเงินแบบใดที่ท่านต้องการ (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- ☐ 1) หักจากบัญชีธนาคาร
- ☐ 2) หักจากบัตรเครดิต
- ☐ 3) หักจากวงเงิน หรือ ชั่วโมง ในบัญชีอินเทอร์เน็ตที่เป็นสมาชิกอยู่
- ☐ 4) ชำระผ่านช่องทางธนาคารต่างๆ เช่น เคาน์เตอร์แบงก์ หรือ ตู้เอทีเอ็ม
- ☐ 5) ชำระผ่านช่องทางบริการต่างๆ เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส
- ☐ 6) อื่นๆ โปรดระบุ _____

5 ท่านมีแนวโน้มที่จะใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายต่อในอนาคตหรือไม่

- ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- ใช้แน่นอน ใช้ ไม่แน่ใจ ไม่ใช่ ไม่ใช่แน่นอน
- 5 4 3 2 1

6 หากท่านเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ราคาค่าบริการที่ท่านคิดว่าเหมาะสมควรเป็นเท่าไร

_____ บาท/ชั่วโมง

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและกาเครื่องหมายถูกลงในช่องที่เหมาะสมกับพฤติกรรมกาใช้บริการอินเทอร์เน็ตของท่านที่สุด

ตอนที่ 4 ปัจจัยทางด้านการความสามารถส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางด้านการความสามารถส่วนบุคคล	ระดับความสามารถ/ความเข้าใจ				
	ดีมาก	ดี	พอใช้	น้อย	ไม่มี
	5	4	3	2	1
ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์					
1 เข้าใจในวิธีการใช้งานของคอมพิวเตอร์ เช่น การเปิดโปรแกรมต่างๆ					
2 ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต					
3 เข้าใจกาใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย เช่น วิธีการเชื่อมต่อ					
ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ					
1 ทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ					
2 ทักษะด้านความเข้าใจในศัพท์ภาษาอังกฤษ					
3 ทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ					

ตอนที่ 5 ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับของทัศนคติ				
	เห็นด้วยยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยยิ่ง
	5	4	3	2	1
บริการ : ความต้องการทางด้านบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้					
1 สามารถเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตได้ง่าย					
2 ความเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ต มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					
3 บริการมีความเสถียร (Stability) ไม่มีการขัดข้องบ่อย					
4 บริการอินเทอร์เน็ตมีความปลอดภัยในการใช้งาน (Security)					
5 บริการมีความน่าเชื่อถือ (Reliability)					
6 บริการมีความหลากหลายให้เลือกใช้					
7 ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP)					
8 มีพนักงานให้คำแนะนำในการใช้งานอินเทอร์เน็ต (Call Center)					
ราคา : หากท่านเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อ					
1 ค่าบริการอินเทอร์เน็ตต่อชั่วโมง มีผลให้ตัดสินใจง่ายขึ้น					
2 ค่าบริการอินเทอร์เน็ตต่อชั่วโมง แพงกว่าเมื่อเทียบกับบริการ					
3 ค่าบริการอินเทอร์เน็ต คุ่มค่าน้อยกว่าบริการอินเทอร์เน็ตประเภทอื่น					
สถานที่ให้บริการ :					
1 มีจุดให้บริการอินเทอร์เน็ตหลายจุด					
2 ความสะดวกสบายในการใช้บริการของสถานที่ (เช่น โต๊ะ เก้าอี้)					
3 สถานที่มีสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม (เช่น การจัดแสงไฟ)					
4 สถานที่บริการมีบริการอาหาร และเครื่องดื่ม					
การส่งเสริมการตลาด : หากท่านเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อ					
1 การลดราคา มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					
2 มีแพ็คเกจให้ทดลองก่อนการใช้งาน					
3 มีการสะสมคะแนน เพื่อแลกของรางวัล หรือชั่วโมงอินเทอร์เน็ต					

ภาคผนวก ข
หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ | ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร) |
| 2. รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา | หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร) |

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อผู้ทำวิจัย	พรทิพย์ จิรกิตยางกูร
วันเดือนปีเกิด	31 มีนาคม 2516
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	3/20 หมู่บ้านฉะลูนันท์ 3 ซอยปิ่นเงิน ถนนช่างอากาศอุทิศ แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้จัดการส่วนสนับสนุนทางด้านเทคนิค ฝ่ายสารสนเทศ
สถานที่ทำงาน	บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด (มหาชน)
ระดับการศึกษา	
พ.ศ. 2548	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2538	วิทยาศาสตร์บัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง