

## ปัจจัยต่อการเลือกผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษานบุรี Exploring Influencing Factors for The Selection of Mobile Service Providers of Thonburi Vocational College's Students

สุนทรี อางทวิกุล<sup>1</sup> นันทวัน เทียงธรรม<sup>2</sup> กันญาภัค คล้ายสิงห์โต<sup>3</sup>

วิทยาลัยอาชีวศึกษานบุรี

San\_nontaree@hotmail.com, nantawan.1918@gmail.com, kanyapak949@gmail.com,

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยต่อการเลือกผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษานบุรี ปีการศึกษา 2559 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนที่กำลังเรียนในระดับปวช. จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามเชิงสำรวจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลที่เป็นปัญหาและข้อเสนอแนะ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยต่อการเลือกผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์มือถือของนักเรียน ด้านคุณภาพความแรงของสัญญาณ รองลงมาคือ สัญญาณครอบคลุมพื้นที่ที่ต้องการใช้งาน และ คุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ส่วนการลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์มือถืออยู่ในระดับน้อยที่สุด

**คำสำคัญ:** ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ อีคอมเมิร์ซ การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ

### Abstract

The purpose of this research was to study influencing factors towards the selection of mobile service providers of Thonburi Vocational College's students. The sample group was 60 students who were studying a certificate level. Survey questionnaire was the research instrument. Statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and content analysis for open-ended questions. The results showed that in overall, factors had high impacts towards choosing mobile service provider. When factors were analyzed in each criteria, they showed that mobile phone signal strength had the highest impact level, followed by mobile phone network coverage, and Internet signal strength, whereas, account registration and mobile fees payment via online services had the lowest impact factor.

**Keyword:** online shopping, e-commerce, e-payment, mobile service providers

## 1. บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกปัจจุบัน โทรศัพท์เคลื่อนที่นับเป็นอุปกรณ์โทรคมนาคมที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของคนเปรียบเสมือนเป็นปัจจัยที่ 5 ในการดำรงชีวิต ด้วยพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว จากอดีตโทรศัพท์มือถือสามารถใช้ประโยชน์เพียงเพื่อโทรเข้าและรับสาย หรือส่งข้อความผ่านมือถือเท่านั้น แต่ปัจจุบันสามารถใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ อีกมาก เช่น รับ-ส่งอีเมล ทำธุรกรรมออนไลน์ ทำธุรกรรมทางการเงิน ฟังเพลง และแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเพื่อนในสังคมออนไลน์ ดังนั้นวิวัฒนาการของยุคเครือข่ายโทรศัพท์มือถือจึงกลายเป็นเทคโนโลยีที่มีแนวโน้มของการแข่งขันที่สูงขึ้นตามลำดับและมีแนวโน้มที่จะมีการเปลี่ยนแปลงทิศทางการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการเครือข่ายสูงขึ้น เครือข่ายโทรศัพท์มือถือในปัจจุบันได้มีการพัฒนามาทั้งหมดห้ายุค ได้แก่ 1G, 2G, 3G, 4G และ LTE-A [1] สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังต่อไปนี้

โทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 1 (1G) เป็นการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารแบบสัญญาณวิทยุในการส่งคลื่นเสียง (Analog) ข้อจำกัดที่เกิดขึ้นคือ คุณภาพของเสียงขาดความคมชัด เกิดสัญญาณรบกวนได้ง่ายและสายหลุดบ่อย ในยุคนั้นยังไม่มีการใช้ซิมการ์ด หรือการรองรับการใช้งานด้านข้อมูล เช่น Short Message Service (SMS) เน้นการรับสายและโทรออกเป็นหลัก ในยุค 2G ได้เปลี่ยนรูปแบบมาสู่การเข้ารหัสดิจิทัล และการส่งทางคลื่นไมโครเวฟ ทำให้ได้คุณภาพเสียงที่ชัดขึ้น ลดปัญหาการดักฟังและการลักลอบทำสำเนาเลขหมายโทรศัพท์ มีการใช้ซิมการ์ดและเพิ่มความสามารถในการส่งข้อความ SMS และยังสามารถรับ-ส่งข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้อย่างไรก็ตามยุค 2G มีการแบ่งช่องสื่อสารสำหรับการใช้งานด้านเสียงไว้ ทำให้ไม่สามารถใช้ช่องทางของการสื่อสารแบบเสียงไปพร้อมๆ กับการส่งข้อมูล ต่อมาเมื่อเกิดความต้องการในการใช้ข้อมูลเพื่อการสื่อสารมากขึ้น มาตรฐานยุค 3G จึงเกิดขึ้น ในปี พ.ศ. 2544 มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย ทำให้โทรศัพท์มือถือรวมทั้งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่สามารถรองรับเครือข่ายระบบ 3G สามารถรับ-ส่งไฟล์ที่มีขนาดใหญ่ หรือการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาอันรวดเร็วไปพร้อมๆ กับการใช้สายสนทนา รวมไปถึงความสามารถในการรับชมคลิปวิดีโอ หรือการถ่ายทอดรายการสด การฟังเพลง

จากสถานีวิทยุเกือบทุกมุมโลก และการรักษาความปลอดภัยที่สูงขึ้นตามมาตรฐานสากล ในระยะหลังความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือที่ต้องการความเร็วในการเข้าถึงข้อมูลและการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีสูงมากขึ้น มาตรฐาน 4G นี้จึงถูกกำหนดขึ้นในปี 2551 ทำให้ส่งผ่านข้อมูลที่เป็นทั้งภาพและเสียงด้วยความคมชัดมากขึ้นและรวดเร็วยิ่งขึ้น แต่ด้วยขีดจำกัดทางด้านเทคโนโลยีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตหรือการเข้าถึงข้อมูลและความพร้อมของผู้ให้บริการ จึงยังไม่สามารถรองรับการให้บริการในทุกพื้นที่ของประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบความเร็วของเครือข่ายมือถือในแต่ละยุค [2] พบว่า ยุค 1G มีความเร็วของสัญญาณอยู่ที่ 2.4 กิโลบิตต่อวินาที ในขณะที่ยุค 2G มีความเร็วของสัญญาณอยู่ที่ 64 กิโลบิตต่อวินาที และเป็นยุคแรกของการใช้มาตรฐานดิจิทัลในระบบ Global System for Mobilization (GSM) ที่ทำให้โทรศัพท์มือถือสามารถใช้งานได้เกือบทั่วโลก (International Roaming) ต่อมาในยุค 3G มีความเร็วของสัญญาณอยู่ที่ 2000 กิโลบิตต่อวินาที จึงสามารถสื่อสารได้ทั้งภาพ เสียง ข้อมูล และเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ถือเป็นยุคแรกของการเป็นโมบายบรอดแบนด์ และในปัจจุบัน คือยุค 4G มีความเร็วของสัญญาณสูงสุดอยู่ที่ 100,000 กิโลบิตต่อวินาที ใช้มาตรฐาน Long Term Evolution (LTE) ซึ่งเป็นยุคที่ การสื่อสารจะเน้นการส่งผ่านข้อมูลเป็นหลักที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก แทนการสื่อสารด้วยเสียง และในอนาคตอันใกล้นี้ โทรศัพท์มือถือยุค 4.5G จะกลายเป็นเทคโนโลยีแห่งอนาคต ซึ่งเป็นการพัฒนาต่อจาก 4G ให้กลายเป็น LTE-A (Long Term Evolution- Advanced) ที่มีความเร็วประมาณ 2 เท่าของ 4G LTE โดย ความเร็วสูงสุดอยู่ที่ 150 Mbps สามารถ download ไฟล์หนึ่งขนาด 1GB ในเวลาไม่ถึง 1 นาที [1] ในประเทศไทยมีผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือรายใหญ่และเป็นที่รู้จักอยู่หลายราย อาทิ เช่น AIS หรือ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน), DTAC หรือ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน), Truemove H หรือ บริษัท เร็วลมฟ จำกัด และ บริษัท ทรูเรียล ทีวี เจอร์ จำกัด, my By CAT ของ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ CAT, TOT3G ทีโอที 3 จี หรือ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) นอกจากนั้นยังมีผู้ให้บริการรายอื่น ๆ ที่นำโครงข่ายของ TOT 3G มาบริหารต่ออีกทอดหนึ่ง ซึ่งเป็นลักษณะของผู้ให้บริการเสมือน หรือที่เรียกว่า Mobile Virtual Network Operator (MVNO) นั่นคือผู้ให้บริการโทรศัพท์ที่ไม่ได้วางโครงข่ายเอง แต่ไปเหมาจากเจ้าของ

โครงข่ายมาให้บริการต่ออีกทอดหนึ่ง เช่น i-mobile 3GX, 365, IEC 3G, Mojo 3G, และ i-Kool 3G [3]

ในการจัดการเรียนการสอนระดับ ปวช. รายวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ จุดมุ่งหมายหนึ่ง เพื่อให้ผู้เรียน เลือกใช้ เทคโนโลยี โดยคำนึงถึง ประสิทธิภาพ มากกว่า ความนิยม และโปรโมชัน เพื่อสนองการใช้งาน รวมทั้งด้านการศึกษา การประกอบอาชีพ และ การใช้ชีวิตประจำวัน โดยมีการปลูกฝัง เจตคติ ในการเลือกใช้ในรายวิชาที่เรียน เช่น ปฏิบัติการ ประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายเบื้องต้น อินเทอร์เน็ตเพื่องานธุรกิจ เป็นต้น

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะ ทำการศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเครือข่ายโทรศัพท์ สำหรับนักเรียน ระดับปวช. ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ จาก เจตคติของนักเรียน ในการเลือกผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์มือถือ ว่าควรจะใช้ระบบเครือข่ายใดที่เหมาะสม กับความต้องการ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยต่อการเลือกผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์มือถือของ นักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษารณบุรีปี การศึกษา 2559

## 2. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

วิชิต อ้วน [4] ได้อ้างอิง ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ แองเจิล คอลแลต และแบลคเวลล์ (Engel Kollat and Blackwell, 1968) ดังนี้ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่ง เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและ บริการ ที่มีกระบวนการตัดสินใจมาก่อนและส่งผลให้มีการ กระทำดังกล่าว นอกจากนี้ ยังได้อ้างอิง Engel และผู้ร่วมงาน (1968) ถึงความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการ กระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้ สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว นอกจากนี้ ออคูลย์ จาตุรงค์กุล [5] กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบ ของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้า ทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่ง ออกเป็น ผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), ช่องทางการจัด จำหน่าย (Placement-Channel of Distribution), การส่งเสริม การตลาด (Promotion-Marketing Communication)

## 2.2 วิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิ่นนธร วงศ์ศรีประเสริฐ [6] ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่ส่วนใหญ่มีรายได้ เฉลี่ยอยู่ที่ 4,001-6,000 บาท พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกใช้ ระบบ AIS ในรูปแบบเติมเงิน และมีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์ต่อเดือนอยู่ที่ 400-500 บาท และเมื่อใช้แล้ว โดยมากจะไม่เปลี่ยนระบบ นอกจากนี้ วาสนา ใจโต [7] ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G โดยเก็บข้อมูลจาก ประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครตามเขตต่างๆ จำนวน 400 คน ที่ใช้บริการโทรศัพท์เครือข่ายเคลื่อนที่ 3G พบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น ที่อยู่ปัจจุบัน อายุ ระดับ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เครือข่ายเคลื่อนที่ 3G รวมถึงปัจจัยทางการรับรู้ การทดลอง การยอมรับทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีของ ผู้ให้บริการเครือข่ายมือถือต่าง ๆ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ในขณะที่งานวิจัยของจิตรทิวา เทียน พิทักษ์ และ อัญชลี ทองมาก [8] เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G (Third Generation) ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซึ่งเป็นเพศหญิงมีแนวโน้มในการ ใช้งานโทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้น ผู้ให้บริการเครือข่ายมือถือที่ นักศึกษาเลือกใช้ คือดีแทค ที่สามารถรองรับระบบ 3G เพื่อใช้ ในการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ เป็นระยะเวลาการใช้งาน มากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกใช้เครือข่าย ดังกล่าวเนื่องจาก การรับรู้ข้อมูลในเรื่องของความง่ายต่อการ ใช้ งานเวลาสืบค้นข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ รวมไปถึงด้านอิทธิพลทาง สังคม ซึ่งพิจารณาจากเทคโนโลยีที่กำลังได้รับความนิยมใน ขณะนั้น ด้านความสะดวกของการบริการและคุณภาพของ โทรศัพท์ที่สามารถรองรับเทคโนโลยี 3G ได้อย่างแท้จริง และ รับรู้ในเรื่องของประ โยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน ใน ชีวิตประจำวัน

## 3. ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษานี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของนักศึกษาปีการศึกษา 2559 วิทยาลัยอาชีวศึกษารณบุรี โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่กำลัง เรียนอยู่ในระดับปวช. ที่กำลังใช้บริการของผู้ให้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ ต่าง ๆ เช่น AIS DTAC True Move TOT ทั้งระบบเติมเงิน (Pre-paid) และ ระบบราย

เดือน (Post-paid) เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire)

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรีปีการศึกษา 2559 จำนวน 187 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนจำนวน 60 คน โดยเลือกแบบเจาะจงจากที่กำลังเรียนอยู่ในระดับ ปวช. ชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่เรียนในรายวิชา อินเทอร์เน็ตเพื่องานธุรกิจ

## 4. วิธีการดำเนินการวิจัย

ดำเนินการแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

### 4.1 การศึกษาและรวบรวมข้อมูล

วิวัฒนาการของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในแต่ละยุคและวรรณกรรมที่เกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้รวบรวมจากหนังสือ เอกสาร บทความวิชาการ และบทความวิจัย นำมาสรุปเป็นแนวทาง สร้างคำถามให้ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ และขอบเขตของการวิจัย

### 4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

### 4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเชิงสำรวจ และขอความร่วมมือจากนักเรียนที่ใช้โทรศัพท์มือถือซึ่งเรียนอยู่ในสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจระดับชั้น ปวช. 3 ดังที่กล่าวไปแล้ว ตอบแบบสอบถาม โดยทำการทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง (Try-out) จำนวน 30 คน ค่าความเชื่อมั่นได้มีค่าเท่ากับ 0.60

### 4.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนักศึกษาจำนวน 60 คน นำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

## 5. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ ดังนี้

### 5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือที่กลุ่มนักเรียนนิยมใช้สูงสุด คือ True Move มีจำนวน 28 คนคิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ DTAC มีจำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 30 ส่วนเครือข่ายโทรศัพท์มือถือที่มีผู้ใช้น้อยที่สุดคือ AIS มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ช่วงเวลาที่มีผู้ใช้โทรศัพท์มากที่สุด คือ 20.01 - 24.00 น. มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 38.33 รองลงมาคือ เวลา 08.00 - 12.00 น. มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 24.99 ตามด้วยเวลา 12.01 - 16.00 น. มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.66 และเวลา 16.01 - 20.00 น. มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 14.99 ส่วนช่วงเวลาลง 24.00 น. มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.99 ซึ่งเป็นช่วงที่มีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากใช้โทรศัพท์ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. เมื่อถามถึงเหตุผลที่อาจทำให้ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่ตัดสินใจเปลี่ยนเครือข่ายผู้ให้บริการโทรศัพท์ พบว่า โปรโมชันไม่ตรงกับความต้องการ ซึ่งมีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาคือ ค่าบริการค่อนข้างสูง มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 ตามด้วยสัญญาณไม่ครอบคลุมพื้นที่ที่ใช้งาน มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 14.99 และจากการชักจูงของเพื่อน มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับโปรโมชันของมือถือในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มีนักศึกษาที่ใช้ยี่ห้อ Apple (iPhone) จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 24.99 คน ยี่ห้อ Sumsung จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 ยี่ห้อ Sony จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และยี่ห้อ Oppo จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ Sumsung ส่วนสาเหตุที่เลือกซื้อโทรศัพท์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน พบว่า ผู้ใช้เลือกตามความนิยมของยี่ห้อโทรศัพท์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ตามคุณภาพของยี่ห้อโทรศัพท์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 เลือกยี่ห้อตามเพื่อน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และเลือกยี่ห้อตามครอบครัว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 นั่นหมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อโทรศัพท์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันตามความนิยมของยี่ห้อโทรศัพท์ เมื่อจำแนกตามราคาโทรศัพท์ใหม่ พบว่าโทรศัพท์มือถือราคา

3,000 - 5,000 บาท มีผู้เลือกใช้ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 39.99 รองลงมาคือ ราคา 5,001 – 8,000 บาท มีผู้เลือกใช้ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 29.99 ตามด้วยราคา 8,001 – 15,000 มีผู้เลือกใช้ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 และราคา 15,001 – 20,000 มีผู้เลือกใช้จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถซื้อโทรศัพท์ใหม่ได้ที่ราคาประมาณ 3,000 - 5,000 บาท นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมดชำระค่าบริการโทรศัพท์ด้วยระบบเติมเงิน เป็นจำนวนถึง 57 คน คิดเป็นร้อยละ 94.99 ส่วนระบบรายเดือน มีเพียง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.99 ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ราคาต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 44.99 ราคา 501-800 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 ราคา 807-1,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.66 ราคามากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 9.99

## 5.2 ปัจจัยต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ

เมื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธุรกิจบริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือตามลำดับ จากตารางที่ 1 ในภาพรวมแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธุรกิจบริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถืออยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.63$ , S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธุรกิจบริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถืออยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพความแรงของสัญญาณ ( $\bar{x} = 4.92$ , S.D. = 0.28) รองลงมาคือ สัญญาณครอบคลุมพื้นที่ที่ต้องการใช้งาน ( $\bar{x} = 4.87$ , S.D. = 0.34) คุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ( $\bar{x} = 4.65$ , S.D. = 0.48) มีบริการเสริมที่เหมาะสมกับการใช้งาน ( $\bar{x} = 4.52$ , S.D. = 0.60) อัตราค่าบริการโทรศัพท์ที่เหมาะสม ( $\bar{x} = 4.45$ , S.D. = 0.75) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธุรกิจบริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถืออยู่ในระดับน้อยที่สุดสามลำดับเรียงจากมากไปน้อย คือ การบริการแจ้งข่าวสารของระบบเครือข่ายรวดเร็ว ( $\bar{x} = 2.32$ , S.D. = 0.87) เจ้าหน้าที่ Call Center ให้ข้อมูลชัดเจน ( $\bar{x} = 2.20$ , S.D. = 0.58) และการลงทะเบียนการใช้งานและอัตราค่าบริการผ่านทาง Internet ( $\bar{x} = 2.05$ , S.D. = 0.67) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุด

ตารางที่ 1 ปัจจัยต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	ลำดับ	แปลผล
1. คุณภาพความแรงของสัญญาณ	4.92	0.28	1	มากที่สุด
2. สัญญาณครอบคลุมพื้นที่ที่ต้องการใช้งาน	4.87	0.34	2	มากที่สุด
3. คุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต	4.65	0.48	3	มากที่สุด
4. ระบบเครือข่ายมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ	3.90	1.13	9	มาก
5. การลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต	2.05	0.67	15	น้อย
6. อัตราค่าบริการโทรศัพท์ที่เหมาะสม	4.45	0.75	5	มาก
7. สื่อประชาสัมพันธ์ของเครือข่าย	4.28	0.76	7	มาก
8. ฟรีเซิร์ฟเวอร์ที่ใช้ในการโฆษณา	4.3	0.81	6	มาก
9. โปรโมชั่นหรือแพ็คเกจหลากหลายให้เลือก	4.22	0.78	8	มาก
10. มีบริการเสริมที่เหมาะสมกับการใช้งาน	4.52	0.60	4	มากที่สุด
11. การชำระค่าบริการมีหลายช่องให้เลือก	2.85	0.94	10	ปานกลาง
12. การบริการแจ้งข่าวสารของระบบเครือข่ายรวดเร็ว	2.32	0.87	13	น้อย
13. มีศูนย์บริการให้เลือกมากมายสะดวก	2.57	0.56	11	ปานกลาง
14. เจ้าหน้าที่ Call Center ให้ข้อมูลชัดเจน	2.20	0.58	14	น้อย
15. การต้อนรับของพนักงานในศูนย์บริการให้ความเป็นกันเอง	2.42	0.62	12	น้อย
รวม	3.63	0.50		มาก

## 6. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

### 6.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักศึกษาวัยรุ่นเพศหญิง อายุประมาณ 15-18 ปี ใช้บริการเครือข่าย True Move มากที่สุด และซื้อมือถือตามความนิยมของยี่ห้อโทรศัพท์ในขณะนั้น ๆ ซึ่งก็คือยี่ห้อที่มีช่วงราคา 3,001-5,000 บาท โดยนักศึกษาเหล่านี้ซึ่งก็คือผู้ใช้ยังไม่มียี่ห้ออื่นใดนอกจากเงินที่ได้จากผู้ปกครอง ในขณะที่ผู้ใช้ส่วนใหญ่ต้องเสียเงินค่าบริการแบบเติมเงิน

ค่าใช้จ่ายต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ ไม่เกิน 500 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวลิต ฤทธิตานนท์ [9] ในเรื่องของรูปแบบการชำระเงิน และค่าใช้จ่ายต่อเดือน แม้ว่าค่าใช้จ่ายของโทรศัพท์มือถือจะไม่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ แต่นักศึกษากลุ่มนี้เลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ที่เน้นเรื่องคุณภาพความแรงของสัญญาณ โดยที่สัญญาณครอบคลุมพื้นที่ต้องการใช้งาน และคุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็น 3 ปัจจัยหลัก เพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้งาน ใกล้เคียงกับผลงานวิจัยของ วาสนา ใจโต [7] ที่ระบุว่า ความชัดเจนของสัญญาณภาพ และเสียง คุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และคุณภาพการดาวน์โหลดของข้อมูล ปัจจัยทางการตลาด ที่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ทางการให้บริการสัญญาณ โทรศัพท์ และการให้บริการทางด้านอินเทอร์เน็ต ที่รวดเร็ว มีความสำคัญมากในการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ สำหรับช่วงเวลาที่มีการใช้โทรศัพท์มากที่สุด คือ เวลา 20.01 - 24.00 น. งานวิจัยนี้สอดคล้องกับ งานวิจัยของนิลเสน (Nielsen) ประเทศไทย [10] ที่ระบุว่า กลุ่มผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนอายุ 16-34 ปี และอายุ 35 ปีขึ้นไป หรือประมาณร้อยละ 42 จะเป็นเจ้าของการใช้สมาร์ทโฟนที่มีมากที่สุด และเห็นว่าโทรศัพท์กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

## 6.2 อภิปรายผล

จากการศึกษา พบว่านักเรียนเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษานครบุรี เลือกใช้จากปัจจัยดังนี้ 1.คุณภาพความแรงของสัญญาณ 2.สัญญาณครอบคลุมพื้นที่ที่ต้องการใช้งาน 3.คุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ระดับค่าคะแนนมากที่สุด ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่านักเรียนเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์จากประสิทธิภาพของระบบเครือข่ายสัญญาณมากกว่าโปรโมชันที่ผู้ให้บริการเครือข่ายโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตริทวา เทียนพิทักษ์ และ อัญชลี ทองมาก [8] เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G (Third Generation) ของนักศึกษาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

## 6.3 ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้สามารถนำไปขยายผลในการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายมากขึ้นทั้งในระดับชั้นเรียน สาขาวิชา กลุ่มอายุ ที่อยู่ และปัจจัยอื่นๆ ในด้านประชากรศาสตร์ รวมถึงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และระยะเวลาในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือและเกิดประโยชน์

ในภาพรวมที่มากขึ้น ผลการศึกษาข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้เครือข่ายผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือของนักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก และเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในการปรับเปลี่ยนโปรโมชันต่าง ๆ สำหรับลูกค้าที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบัน

## 7. เอกสารอ้างอิง

- [1] 1G, 2G, 3G, 4G และ LTE-A. 3 กันยายน 2559. <http://www.9tana.com/node/thailand-social-stat-2016/>
- [2] Than Buaniam. 2556. [infographic] วิวัฒนาการของยุคเครือข่ายมือถือ 1G – 2G – 3G – 4G. <http://www.oopsmobile.net/evolution-of-the-g/>
- [3] อธิปัทมณี โชติชนประสิทธิ์. 2557. แนะนำผู้ให้บริการเครือข่าย 3G ในประเทศไทย AIS, DTAC, Truemove H, TOT3G, 3GX ฯลฯ. 14 กันยายน 2559. <http://news.siamphone.com/news-15841.html>
- [4] วิจิต อุอิน. 2557. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (The Theory of Consumer Behavior). 10 กันยายน 2559. <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>
- [5] แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด. 10 กันยายน 2559. <http://spssthis.blogspot.com/>
- [6] ปันณธร วงศ์ศิริประเสริฐ. 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร. วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. วิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร. เพชรบุรี.
- [7] วาสนา ใจโต. 2554. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G. การจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี.
- [8] จิตริทวา เทียนพิทักษ์ และ อัญชลี ทองมาก. 2555. พฤติกรรมการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G (Third Generation) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. วิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร. เพชรบุรี.
- [9] พฤติกรรมใช้ Smartphone คนไทยล่าสุด เม้าท์ทั้งวัน – คลั่งช้อปปิ้ง – สูบเน็ต Wifi พฤติกรรมผู้บริโภค. 12 กันยายน 2559. <http://www.brandbuffet.in.th/2016/08/nielsen-mobile-thailand-behaviors/>
- [10] ชวลิต ฤทธิตานนท์. 2551. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด มหาชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.