

พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ
นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
**THE BEHAVIOR OF USING VALUE ADDED SERVICES
FOR MOBILE TELEPHONE
OF DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY STUDENT**

ประเสริฐ แซ่เอ็ง

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

พ.ศ. 2550

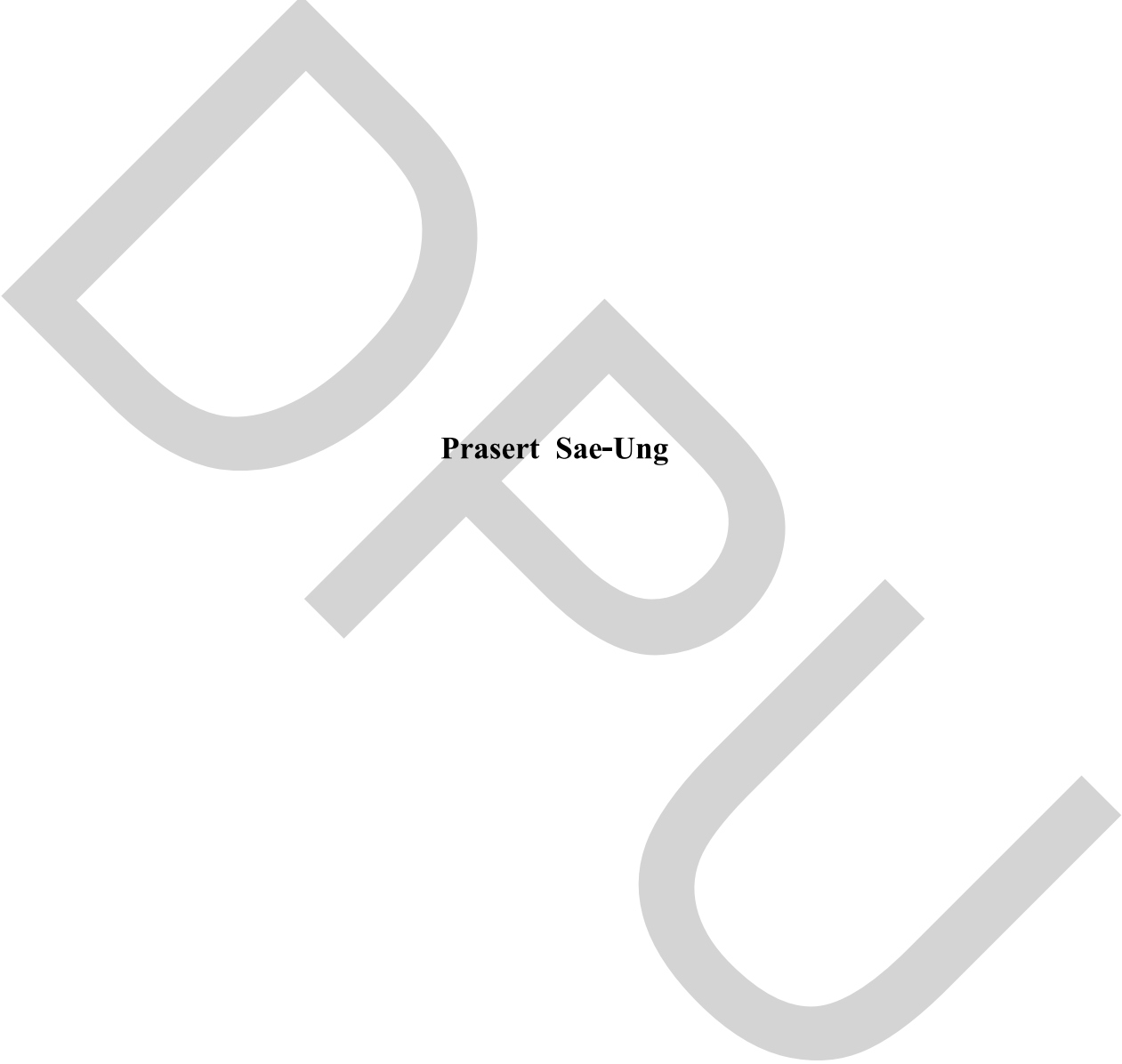
พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ
นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ประเสริฐ แซ่ฮ้อง

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2550

**The Behavior of Using Value Added Services for Mobile Telephone
of Dhurakij Pundit University Student**



Prasert Sae-Ung

**A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science
Department of Telecommunications Management
Graduate School, Dhurakij Pundit University**

2007

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก
รองศาสตราจารย์ ดร. บงการ หอมนาน คณะบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษา ได้กรุณา
ให้คำแนะนำตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ให้ข้อเสนอแนะตลอดจนให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ น.อ. ดร. วีระชัย เชาวน์กำเนิด ผู้อำนวยการสาขาการ
จัดการโทรคมนาคม ได้กรุณาให้คำแนะนำต่างๆ และประเมินแบบสอบถามให้ ขอกราบขอบคุณ
ท่าน ดร.พีรเดช ณ. น่าน ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ CDMA บริษัท กสท โทรคมนาคม (มหาชน) จำกัด
ดร.ราชนัย เหล็กกล้า ผู้จัดการด้านวิศวกรรม บริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย นายณัฐวัตร
ประสิทธิ์วรนนท์ ผู้อำนวยการสำนักปฏิบัติการสนับสนุน บริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิสจำกัด
(มหาชน) นายชูเกียรติ วัฒนาภูธ ผู้อำนวยการสำนักปฏิบัติโครงการ บริษัทแอดวานซ์อินโฟร์
เซอร์วิสจำกัด (มหาชน) นายสมโพธิ พานทอง ผู้จัดการส่วนวิศวกรรมระบบชุมสาย ฝ่ายเครือข่ายไร้
สาย CDMA บริษัท กสท โทรคมนาคม (มหาชน) จำกัด ที่ได้ให้ความกรุณาประเมินแบบสอบถาม
ให้

ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอขอบคุณนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ที่ได้กรุณาตอบ
แบบสอบถามให้ งานวิจัยนี้จึงสำเร็จได้ด้วยดี

ประเสริฐ แซ่เอ็ง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	2
1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตในการวิจัย.....	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.7 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา.....	4
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมวัยรุ่น.....	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการเสริม.....	15
2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	26
3.1 แบบของการวิจัย.....	26
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	26
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
3.4 การรวบรวมข้อมูล.....	29
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล.....	31
ตอนที่ 2 ลักษณะการใช้บริการเสริม.....	33
ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	37
ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	41
5 สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	46
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	46
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	47
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	49
บรรณานุกรม.....	51
ภาคผนวก	55
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	56
ข ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น.....	63
ค หนังสือเรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญ.....	65
ประวัติผู้เขียน.....	71

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่บริการในปัจจุบัน.....	18
3.1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ในแต่ละคณะ.....	27
4.1 จำนวนและร้อยละปัจจัยส่วนบุคคล.....	31
4.2 จำนวนและร้อยละของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้.....	33
4.3 จำนวนและร้อยละของลักษณะการใช้บริการเสริม.....	33
4.4 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ใช้บริการเสริม.....	35
4.5 จำนวนและร้อยละของบริการเสริมที่พอใจมากที่สุด	35
4.6 จำนวนและร้อยละของบริการเสริมที่พอใจน้อยที่สุด	36
4.7 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้บริการเสริม	36
4.8 จำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเสริมแต่ละเดือน	37
4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บริการเสริม สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม และรายด้าน.....	37
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บริการเสริม สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านบันเทิง.....	38
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บริการเสริม สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านบริการติดต่อสื่อสาร.....	39
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บริการเสริม สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านกีฬา.....	39
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บริการเสริม สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านไลฟ์สไตล์.....	40
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บริการเสริม สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านข้อมูลข่าวสาร.....	40
4.15 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ.....	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามคณะศึกษา.....	42
4.17 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	44

หัวข้อสารนิพนธ์	พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ชื่อผู้เขียน	ประเสริฐ แซ่เอ็ง
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. บงการ หอมนาน
สาขาวิชา	การจัดการโทรคมนาคม
ปีการศึกษา	2549

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านการใช้บริการเสริมด้านบันเทิง ด้านบริการติดต่อสื่อสาร ด้านกีฬา ด้านไลฟ์สไตล์ และด้านข้อมูลข่าวสาร และเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำนวน 390 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม มี 3 ตอนคือข้อมูลส่วนบุคคล ลักษณะการใช้บริการเสริม และพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติทดสอบ t-test และ One-way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS โดยใช้บริการในด้านการดาวน์โหลดริงโทน การรับส่งข่าวสั้น การรายงานผลฟุตบอล การรับข่าวบันเทิง และการรับแจ้งข่าวด่วนและเหตุการณ์สำคัญ โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าติดต่อกับเพื่อน และมีความพอใจบริการเสริมด้านบริการติดต่อสื่อสาร และที่พอน้อยที่สุดคือด้านไลฟ์สไตล์ ทั้งนี้ ช่วงเวลาที่ใช้มากที่สุดคือ 18.01-24.00 น. ค่าใช้จ่ายไม่เกิน 500 บาท/เดือน โดยพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยด้านที่มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมมากที่สุดคือด้านบริการติดต่อสื่อสาร รองลงมาคือ ด้านกีฬา ด้านไลฟ์สไตล์ ด้านบันเทิง และด้านข้อมูลข่าวสาร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกัน ที่ระดับ .05 ขณะที่ศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Term Paper Title	The Behavior of Using Value Added Services for Mobile Telephone of Dhurakij Pundit University Student
Author	Prasert sae-Ung
Term Paper Advisor	Assoc. Prof. Dr. Bongkarn Hormnan
Department	Telecommunications Management
Academic Year	2006

Abstract

This study is objectives to study using additional service behavior for the mobile telephone by entertainment, communication, sport, life style and information. and to compare using additional service behavior for the mobile telephone by personal data of student. Sampling groups were 390 bachelor's degree level students. An instrument used for data collection was a questionnaire which comprised of personal data, additional using and using service behavior for the mobile telephone. Statistical analyses were based on percentage, mean, standard deviations and hypothesis test by t-test and One way ANOVA.

The results of the study show that the most student use AIS and Ringtone download send and receive short message, football report and receive entertainment news and taking sends urgent and important events. The reason is that, contact with talk with a friend, and the most satisfaction is communication service and the least is life style. In order that, use most be 6.01-00.00 PM, expenses are not exceed 500 Baht/month. By using additional service behavior for the mobile telephone of level bachelor's degree student, Dhurakit Pundit University by the overall is in the a little level, by a side that have using additional service behavior most is a side serves to communicate, next be, sport side, tyle side, a side is joyful, and news information. The results of hypothesis testing found that the different faculty and income have significantly using additional service behavior for mobile different telephone at .05 level.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นปัจจัยพื้นฐาน ที่ประชาชนแทบทุกคนมีไว้ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ด้วยความสะดวกสบายและสามารถพกติดตัวไปใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา ประกอบกับโอกาสที่จะมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ไว้ใช้งานในปัจจุบันง่ายมาก เนื่องจากราคาเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่และค่าบริการ มีราคาถูกลง เป็นผลมาจากสภาพการแข่งขันทางการค้าที่สูง มีผู้ให้บริการหลายรายในสภาพการขยายตัวของฐานลูกค้าอ้อมตัว ผู้ประกอบการจึงพยายามใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจในทุก ๆ รูปแบบเพื่อ รักษาฐานลูกค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้าและบริการให้แตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่น ๆ การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบัน นอกจากบริการหลักซึ่งเกี่ยวข้องกับการโทรออกและรับสายเพื่อติดต่อสนทนาทางเสียง (Voice) แล้ว ยังมีการให้บริการเสริม (Value Added Service: VAS) ซึ่งเป็นกลยุทธ์หนึ่งของผู้ประกอบการ ในการสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มมูลค่าของตราสินค้า บริการเสริมถูกพัฒนาขึ้นหลากหลายบริการ เช่นการส่งข้อความสั้น (Short Message Service: SMS) การดาวน์โหลด (Download) รington (Ring Tone) ฯลฯ เป็นต้น

การให้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่มีอัตราค่าบริการในหลายบริการสูงกว่าบริการหลัก เช่น โพรโมชันฮัทช์จัดให้ของบริษัทฮัทช์สัน ซีเอที ไรร์เลส จำกัด หรือ Hutch คิดอัตราค่าบริการโทรศัพท์เพื่อสนทนาครั้งละ 99 สตางค์ต่อชั่วโมง ขณะที่คิดค่าบริการในการรับส่งข้อความสั้น (Short Message Service: SMS) นาทีละ 3 บาท เป็นต้น ทำให้รายได้ที่ได้จากบริการเสริมมีผลตอบแทนสูงกว่ารายได้จากบริการหลักที่มีการแข่งขันกันลดราคาจนผลกำไรต่อเลขหมายต่ำลงมาๆ จากผลการวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทยจำกัด (2549) ที่พบว่าบริการเสริมยอดฮิตที่มีการใช้บริการมากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่ การส่งข้อความสั้น (SMS) การดาวน์โหลดริงโทน การดาวน์โหลดรูปภาพ และการเล่นเกม โดยบริการเสริมที่มีแนวโน้มเติบโตได้ดีคือ บริการดาวน์โหลดริงโทน บริการส่งภาพเคลื่อนไหว (Multimedia Message service: MMS) บริการรับฟังข้อมูลข่าวสาร ส่วนบริการเสริมที่มีอัตราการใช้บริการเติบโตน้อยลง คือ การส่งข้อความสั้น (SMS) ดาวน์โหลดรูปภาพ บริการฟังคำทำนายดวง เป็นต้น

จากที่ได้กล่าวมานี้ จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ซึ่งก็คือตัวแทนกลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มหนึ่ง ที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นเนื่องจากเป็นกลุ่มที่ใช้บริการเสริมมากที่สุด ดังที่พบในงานวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทยจำกัด (2549) พบว่ากลุ่มที่มีอัตราการใช้บริการเสริมมาก ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงาน ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากขึ้นนั้นจะมีการใช้บริการเสริมต่างๆ ในอัตราที่น้อย ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการเสริมของกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่มีการใช้บริการเสริมมากที่สุด จึงเป็นข้อมูลที่สำคัญต่อการวางแผนกลยุทธ์และวางแผนการดำเนินธุรกิจ ในการเสนอบริการและการจัดส่งเสริมการขาย ให้ได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด ซึ่งมีผลต่อการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

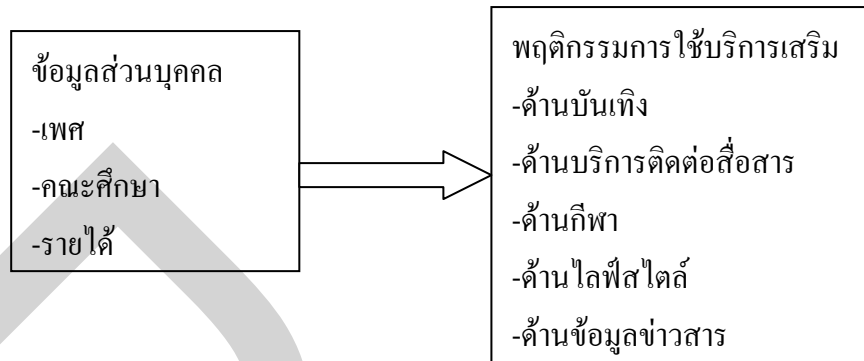
1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1.3.1 นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ที่เป็นเพศชาย มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าเพศหญิง

1.3.2 นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ที่ศึกษาในคณะที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน

1.3.3 นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน

1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย



1.5 ขอบเขตในการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษาเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์รอบเวลาเรียน ภาคปกติ ชั้นปีที่ 1 ถึงปีที่ 4 ปีการศึกษา 2549 จำนวน 14,459 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 390 คน (อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2537:27)

1.5.2 ขอบเขตเนื้อหาเป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านบันเทิง ด้านบริการติดต่อสื่อสาร ด้านกีฬา ด้านไลฟ์สไตล์ และด้านข้อมูลข่าวสาร

1.5.3 ตัวแปรในการวิจัย

1.5.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ คณะที่ศึกษา และรายได้

1.5.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ พฤติกรรมการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.5.4 ระยะเวลาการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วง 1-28 กุมภาพันธ์ 2550

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของการใช้บริการเสริมโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

1.6.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การใช้บริการเสริมโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

1.6.3 เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค และนำผลการศึกษาที่ได้เป็นข้อมูลพื้นฐาน ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์และวางแผนการดำเนินธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

1.7 นิยามศัพท์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้อ่านผลงานวิจัยกับผู้วิจัยจึงได้ให้นิยามศัพท์เฉพาะดังนี้

1.7.1 โทรศัพท์เคลื่อนที่หมายถึงโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ของบริษัท AIS DPC DTAC True Move THAI MOBILE และ Hutch

1.7.2 พฤติกรรมหมายถึงการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในชีวิตประจำวัน โดยวัดเป็นความถี่ในการใช้บริการเสริม/เดือน ในที่นี้เป็นการศึกษาเฉพาะ การใช้บริการเสริมด้านบันเทิง ด้านบริการติดต่อสื่อสาร ด้านกีฬา ด้านไลฟ์สไตล์ และด้านข้อมูลข่าวสาร

1.7.3 นักศึกษาหมายถึงผู้ที่ศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ รอบเวลาเรียน ภาคปกติ ชั้นปีที่ 1 ถึงปีที่ 4

1.7.4 บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Value Added Service:VAS) คือบริการนอกจากบริการหลักด้านการติดต่อสนทนาทางเสียง บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละบริษัทที่ให้บริการมีมากมายหลากหลายบริการ แต่สามารถแบ่งประเภทได้ 5 ด้าน (บริษัทโทเทิลแอ็คเซ็สคอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) คือ

1.7.4.1 ด้านบันเทิง เช่น การดาวน์โหลด (Download) ริงโทน (Ring Tone) การดาวน์โหลด (Download) รูปภาพ (Wall Papers) การดาวน์โหลด (Download) เกมส์ (Game) การโหวต (Vote) ให้คะแนนตามในรายการโทรทัศน์ หรือการร่วมส่งความคิดเห็นในรายการโทรทัศน์ เป็นต้น

1.7.4.2 ด้านบริการติดต่อสื่อสาร เช่น การบริการรับส่งข้อความสั้น (Short Message Service:SMS) การบริการส่งภาพเคลื่อนที่ (Multimedia Message service:MMS) บริการฝากข้อความด้วยเสียง (Voice Mail Box) เป็นต้น

1.7.4.3 ด้านกีฬา เช่น รายงานผลฟุตบอล รายงานตารางการแข่งขันและผลการแข่งขันกีฬา ข่าวกีฬา ทายปัญหา เป็นต้น

1.7.4.4 ด้านไลฟ์สไตล์ เช่น พยากรณ์ดวงชะตาชีวิต ข่าวบันเทิง จอบัตรชมภาพยนตร์ เป็นต้น

1.7.4.5 ด้านข้อมูลข่าวสาร เช่น รับแจ้งข่าวด่วนและเหตุการณ์สำคัญ แจ้งราคาน้ำมัน ข่าวหุ้น e-banking รายงานราคาหุ้นผ่านมือถือ รายงานข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมวัยรุ่น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการเสริม

2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมวัยรุ่น

2.1.1 ความหมายของพฤติกรรม

ราชบัณฑิตยสถาน (2550) ให้ความหมายของพฤติกรรมคือการกระทำหรืออาการแสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

กันยา สุวรรณแสง (2532:92) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรม คือ กริยาอาการ บทบาท ลีลา ท่าที การประพฤติปฏิบัติ การกระทำที่แสดงออกให้ปรากฏและสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสหนึ่งในห้าที่มีอยู่ คือ หู ตา ลิ้น จมูกและผิวหนัง พฤติกรรมที่ประสาทสัมผัสทั้งห้าสามารถรับรู้ได้นี้จัดว่าเป็นประเภทของพฤติกรรมที่สามารถสังเกตได้ง่าย เช่น นอน นั่ง ยืน เดิน เป็นต้น ส่วนพฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตได้อย่างชัดเจนหรือพฤติกรรมซ่อนเร้น เช่น ความรู้สึกหรือ ความคิด ต้องใช้เครื่องมือต่าง ๆ ในการอ่านพฤติกรรม เช่น เครื่องจับเท็จ เครื่องวัดคลื่นหัวใจและแบบทดสอบ เป็นต้น

สรุปว่าพฤติกรรมหมายถึงการกระทำทุกอย่างของมนุษย์ที่กระทำออกมา ทั้งที่สังเกตได้โดยตรงหรือสังเกตไม่ได้ โดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว เป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ก็ตาม สิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ พฤติกรรมนั้นเป็นผลที่เกิดจากการกระทำปฏิกิริยาของมนุษย์หรืออินทรีย์กับสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่มักจะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการกระตุ้นหรือมีสิ่งจูงใจ

2.1.2 พฤติกรรมวัยรุ่น

บุญศรี คำชาย (2542:1) กล่าวว่าวัยรุ่นมาจากศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Adolescence ซึ่งมาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า Adolescence หมายถึง การเจริญเติบโตไปสู่ภาวะ เมื่อกล่าวถึงวัยรุ่น คนทั่วไปมักนึกถึงผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 13-19 ปี โดยประมาณ หรือหากแบ่งตามชั้นเรียน ก็จะนึกถึง ผู้เรียน ที่เรียนอยู่ในชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ไปจนถึงระดับอุดมศึกษาปีต้น ๆ

ดวงกมล เวชบรรยงรัตน์ (2538:35) กล่าวว่า วัยรุ่นก็คือเด็กที่กำลังจะเป็นผู้ใหญ่ขึ้นเอง และตรงประเด็นนี้เองทำให้ชีวิตของวัยรุ่นอยู่ระหว่างการดำเนินชีวิตแบบครึ่ง ๆ กลาง ๆ วัยรุ่นเป็น วัยที่มีอายุช่วงรอยต่อระหว่างเด็กและผู้ใหญ่ เป็นวัยที่มีความอยากรู้อยากเห็น อยากทำหรือทดลอง สิ่งใหม่ ๆ ในเรื่องต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจ วัยรุ่นจึงเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ขึ้น โดยเฉพาะ มีพฤติกรรมการเรียนแบบจากบุคคลต้นแบบที่ชื่นชอบและจากเพื่อน ๆ

ศรีเรือน แก้วกังวาล (2540:389) กล่าวว่า ช่วงความเป็นวัยรุ่น (Adolescent) ในทศวรรษ ที่ผ่านมามีประมาณอายุตั้งแต่ 12-18 ปี แต่ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่าวัยรุ่นได้ขยายออกไป โดยประมาณ 12-25 ปี โดยให้เหตุผลว่าเนื่องจากเด็กทุกวันนี้ต้องอยู่ในสถานศึกษานานขึ้น การเป็นผู้ใหญ่ที่พึ่งตนเอง ได้ทางเศรษฐกิจต้องใช้เวลาออกไป อีกทั้งรูปแบบชีวิตสมัยใหม่ทำให้ เด็กมีวุฒิภาวะทางจิตใจ (Maturity) ช้ากว่ายุคสมัยที่ผ่านมา

แพทย์หญิงวินัดดา ปิยะศิลป์ (2540:125) วัยรุ่นหมายถึงกระบวนการงอกงามพ้นจาก ความเป็นเด็ก ระยะนี้ตรงกับช่วงอายุ 10-24 ปี ซึ่งอยู่ในวัยที่มีการเจริญเติบโตทางร่างกายสูงสุด มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ การเข้าสังคม การเรียน การงาน ช่วงค้นหาอุดมคติใน ชีวิต ฯลฯ

สรุปได้ว่าวัยรุ่นเป็นเด็กที่กำลังจะเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ หรือกำลังจะก้าวเข้าสู่วัยที่มีวุฒิภาวะ มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์และสังคม วัยรุ่นจึงเป็นช่วง หัวเลี้ยวหัวต่อ ของความเป็นเด็กและความเป็นผู้ใหญ่ พฤติกรรมของวัยรุ่นชอบแสวงหาสิ่งแปลกใหม่และต้องการ เป็นที่ยอมรับของสังคมและเพื่อน วัยรุ่นจึงมีการพัฒนาการความมีเอกลักษณ์ บุคลิกภาพของบุคคล ซึ่งเกิดแรงขับทางเพศ และขึ้นอยู่กับตัวแปรทางสังคม เช่น การเลี้ยงดู บุคคลรอบข้าง การพัฒนา ความมีเอกลักษณ์เด่น คือ รักใคร่ชอบพอสอดตรงข้าม ซึ่งต้องการมีความสัมพันธ์ในฐานะสามี ภรรยาและความรู้สึกคู่ชีวิต และเด็กวัยรุ่นเริ่มเป็นสมาชิกที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมุ่งหมายกับ การทำงาน วัยรุ่นจะเรียนรู้จากผลการกระทำ ถ้าพฤติกรรมใดได้รับการเสริมแรง พฤติกรรมนั้นจะ เกิดขึ้นอีกด้วยความถี่ที่สูง การเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบเกิดทั่วไปในสังคมจะเกิดกับบุคคลทุก เพศ ทุกวัย เด็กวัยรุ่นมีวิธีคิดในขั้นเหตุผลเชิงนามธรรม

ชนพร แดงขาว (2542:24) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับพฤติกรรมวัยรุ่นในปัจจุบันมีความคล้ายคลึงทั่วโลก ดังนี้

วัยรุ่นเป็นวัยที่อยู่ในยุคคอมพิวเตอร์ ยุคเทคโนโลยีการสื่อสารทันสมัยให้ความเคลื่อนไหวในเรื่องแฟชั่น หรือความนิยมต่าง ๆ ที่มีความเห็นรสนิยมคล้ายคลึงกัน

วัยรุ่นที่มีรายได้เป็นของตนเองจากการรับจ้างทำงานพิเศษต่าง ๆ เพื่อช่วยตนเองมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีอำนาจในการซื้อมากขึ้น

ดนตรี และ กีฬา เป็นสื่อรวมใจของวัยรุ่น เนื่องจากเทคโนโลยีจากการสื่อสารที่ทันสมัยจากเคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต อื่น ๆ ทำให้วัยรุ่นสามารถชมรายการดนตรีนักร้องคนโปรด หรือรายการกีฬาที่น่าสนใจพร้อมกันทั่วโลก

ภาระของวัยรุ่นที่ต้องการชีวิตอิสระ โดยที่ผู้ใหญ่ต้องรักษาสมดุลระหว่างการปฏิบัติต่อวัยรุ่นอย่างผู้ใหญ่ต่อผู้ใหญ่โดยไม่ลืมว่าวัยรุ่นยังขาดประสบการณ์อยู่

ตระหนักใส่ใจเรื่องราวของสังคม ไม่ว่าจะเป็นปัญหาในเรื่องของสิ่งแวดล้อมเป็นพิษ แอควา และอื่น ๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของวัยรุ่นต่อไปในอนาคต ทำให้วัยรุ่นตระหนักเรื่องราวของสังคม

2.1.3 การแบ่งช่วงการพัฒนาของวัยรุ่น

พรพิมล เจียมนาครินทร์ (2539:13-24) ได้แบ่งช่วงการพัฒนาวัยรุ่นดังนี้

วัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescence) เด็กหญิงเริ่มต้นเข้าสู่วัยรุ่นก่อนเด็กชายโดยจะเข้าสู่ช่วงอายุ 13 - 15 ปี และเด็กชายจะอยู่ในช่วงระหว่าง 15-17 ปี เป็นช่วงที่ร่างกายของทั้งเด็กหญิงและเด็กชาย มีการเจริญเติบโต และพัฒนาการที่สมบูรณ์ขึ้นมาก

วัยรุ่นตอนกลาง (Middle Adolescence) เด็กหญิงจะมีอายุระหว่าง 15-18 ปี และเด็กชายจะมีอายุระหว่าง 17-19 ปี มีการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายลดน้อยลง แต่จะเพิ่มทางด้านเจตคติ และความรู้สึกนึกคิด ในลักษณะที่ค่อยเป็นค่อยไป มีลักษณะบุคลิกภาพภายนอกที่ดึงดูด ความสนใจเพศตรงข้ามมากขึ้น เช่น ใบหน้าอัมเอิบ ดวงตาเป็นประกาย ผมดำนุ่มสลวย มีลักษณะของความเป็นหญิงและเป็นชายที่เด่นชัด

วัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) เด็กหญิงจะมีอายุระหว่าง 18-20 ปี และเด็กชายจะมีอายุระหว่าง 19-20 ปี เป็นระยะที่พัฒนาการด้านต่าง ๆ เข้าสู่ภาวะอย่างสมบูรณ์แบบพัฒนาการด้านอารมณ์ และความรู้สึกนึกคิด และสติปัญญาจะเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ เด็กวัยนี้มีความพยายามที่จะปรับตัวให้เข้ากับสังคม และตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ และพิสูจน์ให้เห็นความสามารถว่าตนทำได้ และต้องการสิทธิเท่าเทียมกันกับผู้ใหญ่

ศรีเรือน แก้วกังวาล (2540:389) ได้แบ่งช่วงอายุของวัยรุ่นดังนี้

วัยรุ่นแรก คือ ช่วงอายุ 12–15 ปี ยังมีพฤติกรรมค่อนข้างเด็กอยู่มาก

วัยรุ่นตอนกลาง คือ ช่วงอายุ 16–17 ปี มีพฤติกรรมกำลังระหว่างความเป็นเด็กและผู้ใหญ่

วัยรุ่นตอนปลาย คือ ช่วงอายุ 18–25 ปี มีพฤติกรรมค่อนข้างเป็นผู้ใหญ่

ประมวล ดิกคินสัน (2520:6) ได้แบ่งช่วงวัยรุ่นออกเป็นดังนี้ คือ

วัยรุ่นระยะแรก คือ ช่วงอายุ 12–14 ปี มีพฤติกรรมความเป็นเด็กมากกว่าผู้ใหญ่ การเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาทุกด้านมีมาก

วัยรุ่นระยะหลัง คือ ช่วงอายุ 14–25 ปี มีพฤติกรรมความเป็นผู้ใหญ่มากกว่าเด็ก ลักษณะการเปลี่ยนแปลงเริ่มคงที่ ตั้งแต่อายุ 14 ปี ขึ้นไป และจะก้าวสู่ความเจริญเต็มที่ตอนอายุ 22–25 ปี

กล่าวโดยสรุปการแบ่งช่วงอายุของวัยรุ่นนี้ เป็นเรื่องที่ยากที่จะแบ่งได้แน่นอน เพราะการพัฒนาของมนุษย์เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกันไป นักจิตวิทยาและนักวิชาการหลายท่านจึงแบ่งช่วงอายุของกลุ่มวัยรุ่นไม่ตรงกันดังกล่าวมาแล้ว ในการศึกษาครั้งนี้กลุ่มเป้าหมายของผู้วิจัยเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ถึง ชั้นปีที่ 4 จะมีอายุระหว่าง 18–21 ปี จะมีพฤติกรรมลักษณะของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย

2.1.4 ลักษณะที่สำคัญของวัยรุ่น

2.1.4.1 วัยรุ่นเป็นวัยแห่งหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต ผลลัพธ์ของพฤติกรรมในวัยนี้จะมีผลต่อบุคคลในระยะยาวในช่วงวัยอื่นต่อมา ทั้งด้านการเรียนการทำงานการใช้ชีวิตอยู่เจตคติที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในสังคม ความสับสนในบทบาทที่ไม่ชัดเจนของตนเอง เช่น ไม่แน่ใจว่าตนเองเป็นเด็กหรือเป็นผู้ใหญ่ ความคาบเกี่ยวระหว่างความเป็นเด็กหรือเป็นผู้ใหญ่นี้ มีผลต่อความรู้สึกนึกคิดของเด็กมาก เด็กจะรู้สึกกังวลว่าทำอะไรจะถูกต้องและเหมาะสม

2.1.4.2 วัยรุ่นเป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมและเจตคติในวัยรุ่น จะคู่ไปกับการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายที่เกิดขึ้น เช่น การเปลี่ยนแปลงความสนใจความไม่มั่นใจเกี่ยวกับความสามารถและความถนัดของตนเอง

2.1.4.3 วัยรุ่นเป็นวัยแห่งปัญหา อาจกล่าวว่าวัยรุ่นเป็นวัยเข้าปัญหามากที่สุด ส่วนใหญ่ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากสาเหตุที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายนั่นเอง ภาวะความว้าวุ่นใจไม่สบายตัว ไม่สบายใจ ทำให้เกิดความหงุดหงิด วิตกกังวล อารมณ์เสียว่าย ไม่อยากพูดคุยกับใคร หรือพูดจาขี้นจนทำให้เกิดความไม่เข้าใจกันในกลุ่มเพื่อนหรือพี่น้อง เกิดเป็นปัญหาทางอารมณ์ และปัญหาทางสังคมของเด็กวัยนี้

2.1.4.4 วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการเรียนรู้ความเป็นตัวของตัวเอง เด็กจะแสดงให้เห็นว่าเขาต้องการยอมรับจากกลุ่มและถือเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม แต่กระนั้นเด็กเองยังไม่แน่ใจใน

2.1.4.5 วัยรุ่นเป็นช่วงวัยแห่งจินตนาการ วัยรุ่นชอบฝันสร้างวิมานในอากาศ จินตนาการตนเองเป็นสิ่งที่ต่าง ๆ ที่ตนเองชอบ เด็กสามารถแสดงออกในรูปของการประพันธ์เพลง เขียนบทกลอนประกอบเพลง หรือแม้กระทั่งการแต่งกายตามแบบบุคคลในสังคมที่ตนชื่นชอบ และต้องการเอาอย่าง

2.1.5 ธรรมชาติของวัยรุ่น

2.1.5.1 วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางบุคลิกลักษณะ นอกจากมีรูปร่างลักษณะที่เหมือนผู้ใหญ่มากขึ้นแล้ว เด็กยังมีความคิดอยากใกล้ชิดสนิทสนม กับผู้ใหญ่ โดยการเข้าไปมีส่วนร่วม ในกิจกรรมต่าง ๆ ต้องการแสดงความคิดเห็นของตนเองบ้าง ทั้งนี้เพื่อต้องการเป็นผู้ใหญ่ยอมรับว่าตนไม่ใช่เด็กอีกต่อไป

2.1.5.2 วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการอิสรภาพมาก ต้องการคืนชนเป็นอิสระของเด็กคือการปลีกตัวออกจากการเกี่ยวพันทางบ้าน รวมทั้งจะไม่ชอบให้พ่อแม่พี่น้องมายุ่งเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของเขา อิสรภาพ ที่เด็กวัยรุ่นต้องการ ได้แก่ อิสรภาพทางการแต่งกาย อิสรภาพทางการคบ

2.1.5 ธรรมชาติของวัยรุ่น

2.1.5.1 วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางบุคลิกลักษณะ นอกจากมีรูปร่างลักษณะที่เหมือนผู้ใหญ่มากขึ้นแล้ว เด็กยังมีความคิดอยากใกล้ชิดคนพิเศษ กับผู้ใหญ่ โดยการเข้าไปมีส่วนร่วม ในกิจกรรมต่าง ๆ ต้องการแสดงความคิดเห็นของตนเองบ้าง ทั้งนี้เพื่อต้องการเป็นผู้ใหญ่ยอมรับว่าตนไม่ใช่เด็กอีกต่อไป

2.1.5.2 วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการอิสรภาพมาก ต้องการดิ้นรนเป็นอิสระของเด็กคือ การปลีกตัวออกจากการเล่นทางบ้าน รวมทั้งจะไม่ชอบให้พ่อแม่พี่น้องมายุ่งเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของเขา อิสรภาพ ที่เด็กวัยรุ่นต้องการ ได้แก่ อิสรภาพทางการแต่งกาย อิสรภาพทางการคบเพื่อน อิสรภาพด้านการเที่ยวเตร่

2.1.5.3 วัยรุ่นเป็นวัยรักความยุติธรรมอย่างรุนแรง เด็กวัยรุ่นมักจะทนไม่ได้ และมีปฏิกริยาทันที ถ้าได้พบบุคคลไม่ได้รับความเป็นธรรม จะต้องเข้าช่วยเหลือ

2.1.5.4 วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการมีเพื่อนมาก เด็กวัยรุ่นอยากอยู่กับเพื่อนมากกว่าอยู่บ้านและมักจะเชื่อเพื่อนมากกว่าพ่อแม่ เด็กจะเลียนแบบซึ่งกันและกันทั้งทางด้านร่างกาย การพูดจา การแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เนื่องจากต้องการให้เพื่อนในกลุ่มยอมรับการเป็นสมาชิกของกลุ่ม

2.1.5.5 วัยรุ่นเป็นวัยที่เริ่มให้ความสนใจเพศตรงข้าม ธรรมชาติของวัยรุ่นทำให้พฤติกรรมเรียกร้องความสนใจด้วยการให้ดอกไม้ ให้รูปถ่าย ให้สิ่งของต่าง ๆ เป็นที่ระลึกล หรือมีการเขียนจดหมาย การพูดคุยทางโทรศัพท์ และทางอินเทอร์เน็ต

2.1.5.6 วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการให้ผู้ใหญ่มอบความรักวัยรุ่นจะพยายามเลียนแบบพฤติกรรมของผู้ใหญ่เพื่อแสดงให้เห็นว่าเขาเป็นผู้ใหญ่แล้ว เช่น เด็กชายจะเริ่มสวมกางเกงขายาว

พิถีพิถันกับการแต่งตัว เช่น ทรงผมและรูปร่างหน้าตามากขึ้น หัดสูบบุหรี่ ดื่มเหล้า ส่วนวัยรุ่นเด็กหญิงเริ่มใช้เครื่องสำอาง สวมรองเท้าส้นสูง แต่งกายตามแฟชั่น เป็นต้น

2.1.5.7 วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการค้นพบความถนัดความสนใจของตนเองอย่างแท้จริง ความเจริญเติบโตทางสมองอย่างเต็มที่ของเด็ก ทำให้เด็กสามารถใช้ความคิดเป็นของตนเองแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ตัวอย่างเช่น การพิจารณาตัดสินใจเลือกเรียนสายวิชาชีพต่าง ๆ ที่สอดคล้องกันกับอาชีพที่ตนสนใจในอนาคต เด็กจะมีความพยายามสืบหาติดตามเรื่องราวเกี่ยวกับอาชีพที่ตนสนใจเพื่อการตัดสินใจที่แน่นอน ความเป็นตัวของตัวเองในขณะนี้ทำให้บางครั้งผู้ใหญ่อาจเห็นเป็นความดื้อรั้น ทำท้าว ทำท้าว ทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน

2.1.5.8 เด็กวัยรุ่นไม่ชอบให้ผู้ใหญ่ปฏิบัติต่อเขาอย่างเด็ก ๆ และเขาต้องการให้ผู้ใหญ่รับฟัง ความคิดเห็นของเขาด้วย รวมทั้งไม่ชอบสภาพที่ผู้ใหญ่คิดว่าตนถูกเสมอไป

2.1.5.9 เด็กวัยรุ่นไม่ต้องการเปิดเผยเรื่องราวของตนเองให้พ่อแม่รู้ทั้งหมด เขาต้องการเก็บบางสิ่งบางอย่างไว้เป็นความลับบ้าง ในขณะเดียวกันก็ไม่ต้องการให้ใคร ๆ ในบ้านมายุ่งเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของเขา เช่น มารื้อของ เปิดจดหมายส่วนตัวอ่าน แอบฟังการพูดโทรศัพท์ เป็นต้น

2.1.5.10 เด็กวัยรุ่นไม่ชอบให้พ่อแม่ทะเลาะกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งการทะเลาะวิวาทมีสาเหตุมาจากตนเองเด็กจะเกิดความไม่สบายใจและหนีออกจากบ้านเพื่อหาความสุขและระบายอารมณ์ที่อื่น

2.1.5.11 เด็กวัยรุ่นไม่ชอบให้ผู้ใหญ่เปรียบเทียบตนกับคนอื่นไม่ว่าจะเป็นด้านการเรียน ด้านรูปร่างหน้าตา หรือความประพฤติของตน การเปรียบเทียบไม่ช่วยให้เด็กต้องการปรับตัวดีขึ้น แต่ยิ่งทำให้เด็กต่อต้าน และมีพฤติกรรมที่ไม่ดีมากขึ้น

2.1.5.12 เด็กวัยรุ่นชอบแสดงออกมีพฤติกรรมการแสดงออกหลายลักษณะที่แสดงให้เห็นว่าเด็กอยากดัง ทำตัวเด่น

2.1.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

2.1.6.1 ปัจจัยทางพันธุกรรม คือ การถ่ายทอดบุคลิกลักษณะจากปู่ ย่า ตา ยาย พ่อ แม่สู่ลูกหลาน มีลักษณะทางกายและทางสติปัญญา

2.1.6.2 ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเป็นสิ่งแวดล้อมที่บุคคลแสดงออกได้ตอบในลักษณะต่างๆ กันซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ได้แก่

1) สิ่งแวดล้อมทางบ้าน ปัจจัยทางบ้านมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นเป็นอย่างมากสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่และเกิดขึ้นในบ้านล้วนส่งผลถึงพฤติกรรม เช่น ความสัมพันธ์และบรรยากาศภายในครอบครัว จำนวนสมาชิกภายในบ้าน ความพร้อมของครอบครัว ฐานะทาง

เศรษฐกิจและสังคมของครอบครัว สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก การอบรมเลี้ยงดู สิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของเด็กมาก

2) สิ่งแวดล้อมทางโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย เป็นสถานที่ที่วัยรุ่นได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นเป็นอย่างมาก เช่น ประเภทของโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย ขนาดของโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย ชื่อเสียงของโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย ครูอาจารย์ เพื่อนนักเรียน สภาพบรรยากาศภายในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย

3) สิ่งแวดล้อมทางชุมชนคือขนาดของชุมชนที่ตั้งและสภาพแวดล้อมขนบธรรมเนียมต่าง ๆ ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การที่วัยรุ่นได้อยู่ในท่ามกลางชุมชนแบบใด ก็จะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมตามแบบอย่างที่ได้พบเห็น

4) เพื่อนถือได้ว่าเป็นอิทธิพลที่สำคัญที่สุดของวัยรุ่น เพราะวัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการ การยอมรับจากกลุ่มเพื่อน สังคมของวัยรุ่นส่วนใหญ่จึงเป็นสังคมของเพื่อน การคล้อยตามกัน คือการกระบวนกรของวัยรุ่น ที่ยอมรับเจตคติ และพฤติกรรมของกลุ่มเพื่อนมาปฏิบัติตาม อันเป็นผลเนื่องมาจากความกดดันของกลุ่ม การคล้อยตามกลุ่มเพื่อนยังมีมากขึ้น เมื่อวัยรุ่นคบเพื่อนนาน ๆ ยกตัวอย่างพฤติกรรมการคล้อยตามกันของวัยรุ่นที่เด่นชัด ได้แก่ การแต่งกาย ทรงผม และภาษาพูดของวัยรุ่นซึ่งมีลักษณะเฉพาะประจำกลุ่ม ที่สมาชิกของกลุ่มมีประพฤติดูปฏิบัติตัวอย่างกัน โดยไม่มีการคำนึงว่าการแสดงออกขัดสายตาหรือความรู้สึกของผู้อื่นหรือไม่ ขอแต่เพียงให้พฤติกรรมของเขาเป็นที่ยอมรับ และยกย่องของสมาชิกในกลุ่มเขาก็พอใจแล้ว

2.1.6.3 ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นโดยที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่งโดยเป็นตัวกำหนด และควบคุมความประพฤติของมนุษย์ในสังคม ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของบุคคล คนที่อยู่ในชั้นของสังคมที่แตกต่างกัน มีพื้นฐานทางสังคมที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมต่างกัน

2.1.6.4 ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ทางด้านค่านิยม (Value) และการดำรงชีวิต (Lifestyle) รวมทั้งทัศนคติ (Attitude) และแนวคิดของบุคคลเนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

1) กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ (1) กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน (2) กลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ บุคคลชั้นนำในสังคมเพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม

2) ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว

3) บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่มซึ่งต้องวิเคราะห์ ผู้มีอิทธิพลผู้ซื้อและผู้ใช้

2.1.6.5 ปัจจัยส่วนบุคคล คือ อิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย

1) เพศที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกันเช่นเพศชายจะเลือกซื้อสินค้าจากประโยชน์ใช้งาน แต่เพศหญิงจะเลือกซื้อสินค้าจากรูปลักษณ์ความสวยงาม เป็นต้น

2) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี 6-11 ปี 12-29 ปี 30-34 ปี 35-49 ปี 50-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป เช่น วัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3) วงจรชีวิตครอบครัว หมายถึง ขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล ที่มีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความแตกต่าง วงจรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกัน

4) อาชีพของแต่ละบุคคลนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็น นักธุรกิจจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูง หรือตัวเครื่องบิน ซึ่งนักการตลาดจะพบว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีบุคคลในอาชีพไหนสนใจ เพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดให้สนองความต้องการให้เหมาะสม

5) โอกาสทางเศรษฐกิจหรือรายได้ของบุคคล ได้แก่ รายได้ของบุคคล มีผลต่ออำนาจซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

6) ผู้มีการศึกษาสูงมีแนวโน้ม ที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

7) ค่านิยมหรือคุณค่าและรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า หมายถึงความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล ความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึงรูปแบบการดำรงชีวิต โดยแสดงออกในรูป (1) กิจกรรม (2) ความสนใจ (3) ความคิดเห็น

2.1.6.6 ปัจจัยทางจิตวิทยา พฤติกรรมของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา คือ การสนใจ ความเข้าใจ การรับรู้ ความเชื่อ ทัศนคติและการเรียนรู้

1) การจูงใจ เป็นวิธีการที่จะชักนำพฤติกรรมของบุคคลให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ หรือสิ่งกระตุ้น การจูงใจ มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ โดยอาศัยสิ่งจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาด การจัดสิ่งกระตุ้นนั้นมีความจำเป็นต้องศึกษาถึงความต้องการของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย ความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรคและความต้องการทางเพศ นอกจากนั้นมนุษย์ยังมีความต้องการทางด้านจิตใจ เช่น ความต้องการด้านความเชื่อมั่น ความรัก และอื่น ๆ ความต้องการเหล่านี้จะเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการขึ้นอย่างรุนแรง และมีผลชักจูงให้บุคคลหาสิ่งบำบัดหรือตอบสนองความต้องการของตน

2) การรับรู้ เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือก จัดประเภท ตีความและรับรู้ข้อมูลที่ได้รับ บุคคลที่ถูกกระตุ้นให้ตัดสินใจจะมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน

3) การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น และเกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น นักการตลาดจะใช้แนวคิดนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำหลายครั้งเพื่อเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าและใช้สินค้า การเรียนรู้จึงเกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทักษะ ความเชื่อและประสบการณ์

4) ความเชื่อถือ เป็นความคิดของบุคคลที่ยึดถือในสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

5) ทักษะ เป็นการประเมินผลการรับรู้ทั้งพอใจและไม่พอใจที่มีผลต่อการพฤติกรรม การซื้อและการใช้สินค้าของผู้บริโภค ทักษะต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น ศาสนา การเมือง เสื้อผ้าดนตรี อาหารและอื่น ๆ ดังนั้นนักการตลาดจะต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในทักษะของบุคคลแทนการเปลี่ยนทักษะ เช่น การเสนอสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ขัดแย้งต่อกฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรมและทางสังคม เป็นต้น

2.2.7 ความต้องการของวัยรุ่น

เจียรนีย์ ทรงชัยกุล (2543:229-231) กล่าวถึง ความต้องการและการตอบสนองต่อความต้องการของวัยรุ่นมีหลายด้าน โดยสรุปที่สำคัญได้ 6 ประการ คือ (1) ความต้องการเป็นตัวของตัวเอง (2) ความต้องการเชื่อมั่น (3) ความต้องการเป็นที่ยอมรับ (4) ความต้องการสนุกสนานเพลิดเพลิน (5) ความต้องการพัฒนาทักษะทางสังคม (6) ความต้องการมีความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศ พอสรุปที่สำคัญ 6 ประการ ดังนี้

2.2.7.1 ต้องการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อนักศึกษาวัยรุ่นอยู่ที่บ้านกับพ่อแม่ หรืออยู่ที่มหาวิทยาลัยกับอาจารย์ เขามีโอกาสไม่มากนักที่จะคิดหรือกระทำการสิ่งใดได้ตามความพอใจ ดังนั้น

ศึกษาวัยรุ่นจึงแสวงหาเพื่อนหรือกลุ่มเพื่อนรวมกันเพราะเพื่อนร่วมวัยต่างก็มีสถานภาพคล้ายคลึงกันมีโอกาสเป็นตัวของตัวเองได้อย่างเต็มที่ มีโอกาสแสดงความคิดเห็น และแสดงความสามารถอย่างอิสระ มีความรู้สึกอบอุ่นปลอดภัย มีความรู้สึกสบายใจมากกว่าอยู่กับผู้ใหญ่

2.2.7.2 ความต้องการเชื่อมั่น นักศึกษาวัยรุ่นอยู่ในช่วงวัยที่คาบเกี่ยวระหว่างความเป็นเด็ก และเป็นผู้ใหญ่ เขาจึงเผชิญหลายด้านที่ก่อให้เกิดความวิตกกังวลใจ และไม่มั่นใจ เช่น ร่างกายเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว รูปลักษณ์ทางการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อารมณ์ก็เปลี่ยนแปลงง่าย นักศึกษาวัยรุ่นจึงเผชิญกับภาวะที่มีความสับสนหวั่นไหว ไม่มั่นใจ และโดดเดี่ยว กลุ่มเพื่อนจึงสร้างเสริมความเชื่อมั่นของเพื่อนนักศึกษาวัยรุ่นด้วยกันได้ดี ดังนั้นเมื่อในกลุ่มได้รู้ปัญหาและมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ต่อกันอย่างเปิดเผย และจริงใจ สิ่งเหล่านี้ย่อมมีส่วนสำคัญช่วยทำให้นักศึกษาวัยรุ่นเกิดความสบายใจ และมีความเชื่อมั่นมากขึ้นที่จะปรับตัวให้เหมาะสมกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

2.2.7.3 ความต้องการเป็นที่ยอมรับและยกย่อง เมื่อวัยรุ่นในสังคมที่แวดล้อมด้วยผู้ใหญ่ บ่อยครั้งพฤติกรรมวัยรุ่นที่แสดงออกมาไม่เป็นที่ยอมรับของผู้ใหญ่ ดังนั้น นักศึกษาวัยรุ่นจึงแสวงหากลุ่มเพื่อนร่วมวัยที่ให้การยอมรับและยกย่องเขา และเปิดโอกาสให้เขามีฐานะหรือมีตำแหน่งในกลุ่มซึ่งเป็นการเสริมความมั่นคงทางจิตใจมากขึ้น เพราะเขามีเพื่อนที่ชอบพอและชื่นชมเขาคอยให้กำลังใจและคอยสนับสนุนแก่เขา เราจึงมักพบว่า นักศึกษาวัยรุ่นชอบแสดงตนให้เพื่อนยอมรับว่าเก่งเป็นคนเด่นดัง หรือเป็นคนสำคัญของกลุ่มด้วยการแสดงความสามารถทางกีฬาจนเพื่อนประทับใจ ด้วยการเสริมแต่งรูปร่างหน้าตาให้ดึงดูดความสนใจของเพื่อน ตามกระแสสมัยนิยม แสดงความเป็นคนใจกว้างขวาง และรักพวกพ้อง เป็นต้น

2.2.7.4 ความต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน นักศึกษาวัยรุ่นโดยทั่วไปต้องการแสวงหาความสนุกสนานเพลิดเพลินเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดหลายด้านที่เขาเผชิญอยู่ ความสนุกสนานเพลิดเพลินที่นักศึกษาวัยรุ่นชื่นชอบ มักเกิดจากการได้ทำกิจกรรมที่สนุกสนานกับเพื่อนวัยเดียวกันดังตัวอย่าง เช่น

1) การเที่ยว ได้แก่การไปทัศนอาจร ฟังการแสดงดนตรี ชมภาพยนตร์ เที่ยวเตร่ตามศูนย์การค้า เล่นเกมส์ เซียร์กัฬา เป็นต้น การเที่ยวกับเพื่อนร่วมวัยที่มีรสนิยมใกล้เคียงกันยังเพิ่มความสนุกสนานเพลิดเพลินให้แก่ นักศึกษาวัยรุ่นมากขึ้น

2) การพูดคุยสนทนา เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความหวัง และใฝ่ฝัน ในระหว่างกลุ่มเพื่อน เช่น การพูดคุยเกี่ยวกับความงามความสามารถของดารา นักร้องคนโปรด เทคโนโลยีรูปแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลง เป็นต้น

3) การร่วมรับประทานอาหารด้วยกัน นักศึกษาวัยรุ่นนิยมที่จะร่วมรับประทานอาหารอย่างเป็นกันเองกับกลุ่มเพื่อนไม่ว่าจะเป็นที่โรงอาหารของโรงเรียน ที่ร้านอาหารข้างโรงเรียน หรือที่บ้านของเพื่อน สำหรับวัยรุ่นรสชาติอาหารไม่สำคัญเท่ากับปริมาณอาหารที่เพียงพอ และหิวข้อสนทนากันในระหว่างกลุ่มเพื่อนที่สนิทสนมรักใคร่กัน

2.2.7.5 ความต้องการพัฒนาทักษะทางสังคม นักศึกษาวัยรุ่นต้องการพัฒนาทางสังคมเพื่อเตรียมตัวเป็นผู้ใหญ่ที่เหมาะสมตามความคาดหวังของสังคมมีทักษะทางสังคมหลายด้านซึ่งนักศึกษาหลายคนได้ฝึกฝนมาบ้างแล้วจากการที่พ่อแม่เป็นแบบหรือจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียน ที่สังคมคาดหวัง หรือจากการอบรมฝึกฝนจากครูแต่ยังมีทักษะทางสังคมบางด้านที่นักศึกษาวัยรุ่นให้โอกาสในการฝึกฝนทดลองปรับปรุงแก้ไขจนเกิดความชำนาญ เช่น การสร้างสัมพันธภาพกับเพื่อนใหม่ การแสดงมารยาทที่เหมาะสมกับบุคคลและกาลเทศะ เป็นต้น เพราะการเรียนรู้และฝึกฝนอย่างกันเองในระหว่างกลุ่มเพื่อนร่วมวัยที่วางใจกัน จะช่วยลดความรู้สึกอับอาย ขาดเงิน และการไม่กล้าแสดงออกลงได้มาก นอกจากนี้เพื่อนบางคนในกลุ่มที่มีทักษะทางสังคมมากกว่าคนอื่นสามารถช่วยให้ข้อมูล และคำแนะนำอย่างเปิดเผยโดยตรงไปตรงมาเพื่อเป็นแนวทางแก่เพื่อนคนอื่นได้เรียนรู้ และนำไปทดลองปฏิบัติ ซึ่งจะช่วยพัฒนาทักษะทางสังคมของนักศึกษาวัยรุ่นให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันอย่างเหมาะสมต่อไป

2.2.7.6 ความต้องการมีสัมพันธภาพกับเพื่อนต่างเพศ โดยธรรมชาติวัยรุ่นซึ่งร่างกายได้เปลี่ยนแปลงจากเด็กไปสู่ความเป็นหนุ่มเป็นสาวและบรรลุนิติภาวะทางเพศ ดังจะเห็นได้จากการเข้ากลุ่มมีเพื่อนต่างเพศปะปนอยู่ เช่น การร่วมทำกิจกรรมพิเศษของโรงเรียน การแข่งขันกีฬาระหว่างโรงเรียน การจัดนิทรรศการ งานอาสาสมัคร เป็นต้น นอกจากนี้กลุ่มเพื่อนของนักศึกษาวัยรุ่นยังเป็นสื่อกลางในการชักนำสัมพันธภาพกับเพื่อนต่างเพศของสมาชิกข้ามกลุ่มอีกด้วย

จากแนวคิดในเรื่องความต้องการของวัยรุ่น สรุปได้ว่านักศึกษาวัยรุ่นต้องการความเป็นตัวของตัวเอง ชอบบันเทิง มีความทันสมัย และการเล่น เทียว คูย และทำงาน ที่มีลักษณะเป็นไปตามเพื่อน และสิ่งที่เขาต้องการก็ต้องตอบสนองความต้องการของเขาได้ด้วย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการเสริม

โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ลักษณะเดียวกับโทรศัพท์พื้นฐาน แต่ไม่ต้องการสายโทรศัพท์จึงทำให้สามารถพกพาไปที่ต่างๆ ได้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้คลื่นวิทยุในการติดต่อกับเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยผ่านสถานีฐาน โดยเครือข่ายของโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละผู้ให้บริการจะเชื่อมต่อกับเครือข่ายของโทรศัพท์พื้นฐาน และเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการอื่นๆ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันนอกจากจะมีคุณสมบัติในการสื่อสารทางเสียงแล้วยังมีความสามารถอื่นอีกเช่นสนับสนุนการสื่อสารด้วยข้อความ เช่น การบริการรับส่งข้อความ (Short Message Service:SMS) การเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต การสื่อสารด้วยแบบ Multimedia เช่น การบริการส่งภาพเคลื่อนไหว (Multimedia Message service:MMS) รวมไปถึงความสามารถในการรองรับแอปพลิเคชันของจาวา ที่ถูกเรียกว่าบริการเสริม (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2549)

2.2.1 ความเป็นมาของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่

8 กรกฎาคม พ.ศ.2529 องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) หรือบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในปัจจุบัน เปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ ระบบ NMT (Nordic Mobile Telephone) ย่านความถี่ 470 เมกกะเฮิร์ตซ์ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2530 การสื่อสารแห่งประเทศไทย (ทศท.) เปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ ระบบ AMPS (Advanced Mobile Phone System) ย่านความถี่ 800 MHz แต่การขยายธุรกิจดำเนินการช้าเนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณขาดความชำนาญในการดำเนินนโยบายทางการตลาดของรัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่ง รวมถึงเครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในยุคแรก ที่มีราคาแพง ทั้งสองหน่วยงานจึงตัดสินใจเปิดให้เอกชนเข้าประมูลสิทธิการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้การดูแลของตน ในลักษณะการดำเนินการแบบ BTO (Build-Transfer-Operate) หมายถึงเอกชนเป็นผู้ลงทุนสร้างเครือข่ายพร้อมกับโอนกรรมสิทธิ์อุปกรณ์เครือข่ายเหล่านั้นให้แก่หน่วยงานเจ้าของสัมปทาน โดยรัฐให้สิทธิเอกชนในการดำเนินกิจการเป็นระยะเวลาช่วงหนึ่ง โดยในปี 2533 องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) เปิดให้สัมปทานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ ระบบ NMT (Nordic Mobile Telephone) ย่านความถี่ 900 เมกกะเฮิร์ตซ์ แก่บริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (Advanced Info Service Public Company Limited, AIS) ปี 2534 การสื่อสารแห่งประเทศไทย เปิดสัมปทานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ ระบบ AMPS (Advanced Mobile Phone System) ย่านความถี่ 800 เมกกะเฮิร์ตซ์ Band B แก่ บริษัทโทเทิล แอ็กเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (Total Access Communication Public Company Limited, DTAC) ให้บริการ ตั้งแต่นั้นธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ในประเทศไทยก็ได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง จากที่มีผู้ใช้งานไม่กี่หมื่นเลขหมาย ในปี 2549 มีผู้ใช้บริการรวมกว่า 31 ล้านเลขหมาย โดยอัตราผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อจำนวนประชากร (Penetration Rate) ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากร้อยละ 5 ในปี 2543 เป็นร้อยละ 48 ในปี 2548 และคาดว่าจะเพิ่มเป็นร้อยละ 50 ในปี 2549 นี้ (บริษัท โทเทิล แอ็กเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (DTAC) 31 มีนาคม 2549, www.dtac.co.th) และมีบริษัทผู้ให้บริการ 6 ราย ดังนี้

2.2.1.1 บริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (Advanced Info Service Public Company Limited) หรือ AIS ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM (Global System for Mobile Communication) ย่านความถี่ 900 เมกกะเฮิร์ตซ์ และย่านความถี่ 1800 เมกกะเฮิร์ตซ์ โดยได้รับสัมปทานจากบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2533

2.2.1.2 บริษัทโทเทิล แอ็กเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (Total Access Communication Public Company Limited) หรือ DTAC ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM (Global System for Mobile Communication) ย่านความถี่ 1800 เมกกะเฮิร์ตซ์ โดยได้รับสัมปทานจากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2534

2.2.1.3 บริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด (Digital Phone Company Limited) หรือ DPC ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM (Global System for Mobile Communication) ย่านความถี่ 1800 เมกกะเฮิร์ตซ์ โดยได้รับสัมปทานจากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในปี พ.ศ. 2540 โดยโอนสิทธิ์และแบ่งความถี่ 1800 เมกกะเฮิร์ตซ์ จาก DTAC ในช่วงแรกบริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด (DPC) เป็นบริษัทในเครือของบริษัท สามารถ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ให้บริการในชื่อ ฮัลโล 1800 (Hallo 1800) พฤษภาคม 2543 บริษัทชิน คอร์ปอเรชั่น ได้ซื้อหุ้นจากบริษัท สามารถ คอร์ปอเรชั่น จำกัด และเปลี่ยนชื่อทางการค้าเป็น ดิจิตอล จีเอสเอ็ม 1800 (Digital GSM 1800) ดังนั้นปัจจุบันบริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด (DPC) เป็นบริษัทในเครือของบริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

2.2.1.4 บริษัท ทรูมูฟ จำกัด หรือ TrueMove ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM (Global System for Mobile Communication) ย่านความถี่ 1800 เมกกะเฮิร์ตซ์ โดยได้รับสัมปทานจากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2545

2.2.1.5 บริษัทเอซีทีโมบาย จำกัด หรือกิจการร่วมค้าไทยโมบายหรือ THAIMOBILE เกิดขึ้นภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่าง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) กับบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM (Global System for Mobile Communication) ย่านความถี่ 1900 เมกกะเฮิร์ตซ์ ปัจจุบันไทยโมบายมีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นเพื่อให้ใช้งานได้ทั่วประเทศ จึงใช้เครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นแบบ Triple Band ที่รองรับการใช้งานทั้งคลื่นความถี่ 900, 1800 และ 1900 เมกกะเฮิร์ตซ์ ทำให้ไปใช้งานยังต่างจังหวัดได้ โดยไทยโมบายมีการทำสัญญาใช้งานข้ามเครือข่าย หรือ Domestic Roaming กับค่าย AIS เปิดให้บริการตั้งแต่ปลายปี 2545

2.2.1.6 บริษัทฮัทชิสัน ซีเอที ไวร์เลส จำกัด หรือ Hutch เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) กับบริษัท ฮัทชิสัน ไวร์เลส มัลติมีเดีย โฮลดิ้งส์

จำกัด ภายใต้ชื่อเครื่องหมายการค้า HUTCH โดยใช้เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ CDMA (Code Division Multiple Access) 2000 1X ความถี่ 800 เมกกะเฮิรตซ์ ได้รับสัมปทานในการเปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ CDMA ในพื้นที่เพียง 25 จังหวัดเท่านั้น (รวมกรุงเทพมหานครและปริมณฑล) เปิดให้บริการตั้งแต่ กุมภาพันธ์ ปี 2546 (ไพโรจน์ ไววนิชกิจ, 2549, www.siamphone.com)

ตารางที่ 2.1 ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ให้บริการในปัจจุบัน

ระบบ	ผู้ประกอบการ	เครื่องหมายการค้า	เริ่มเปิดดำเนินการ	เจ้าของสัมปทาน
1. NMT 470	ทศท.	NMT 470	2529	ทศท.
2. GSM 900 GSM 1800	AIS	AIS GSM one2call Sawasdee	2533	ทศท.
3. GSM 1800	DTAC	DTAC happy	2534	กสท.
4. GSM 1800	DPC	GSM 1800	2540	กสท.
5. GSM 1800	True Move	True Move	2545	กสท.
6. GSM 1900	Thai Mobile	Thai Mobile	2545	ทศท.
7. CDMA 2000 1X	HUTCH	HUTCH	2546	ทศท.
8. CDMA 2000 1X EVDO	กสท.	CDMA	2550	กสท.

2.2.2 การให้บริการเสริมโทรศัพท์เคลื่อนที่

บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Value Added Service: VAS) คือ บริการนอกเหนือจากบริการหลักด้านการติดต่อสนทนาทางเสียง การให้บริการเสริมผ่านโครงข่ายสื่อสารหลัก ในระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นช่องทางใหม่ ในการสร้างรายได้ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งมีทั้งรูปแบบการนำวงจรไปให้เอกชนเช่าต่อ เพื่อนำบริการเสริมออกให้บริการ หรือพัฒนาบริการเสริมขึ้นมาเอง ตลอดจนการซื้อเนื้อหา (Content) จากผู้อื่น นำเข้ามาเสริมในโครงข่ายของตนเอง บริการเสริมโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้นตามลำดับ บริการเสริมนั้นมีหลากหลายรูปแบบและได้รับการพัฒนาให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในแต่ละกลุ่มได้อย่างต่อเนื่อง จากการวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (พบว่า บริการเสริมที่เคยใช้บริการมากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่ การส่งข้อความสั้น การดาวน์โหลดริงโทน การดาวน์โหลดรูปภาพ และการเล่นเกม

ปัจจุบันถือได้ว่า "บริการเสริม" กลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นประชาชนเข้ามาใช้บริการ นอกเหนือราคาเครื่องที่ลดต่ำลง เนื่องจากปัจจุบันเกิดบริการเสริมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็น บริการดูดวง บริการโหลดเพลง บริการส่งข้อความ บริการโหลดเสียงเรียกเข้า และอื่น ๆ อีกที่จะถูกพัฒนาขึ้นมา โดยเฉพาะเมื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้งานด้านอินเทอร์เน็ตได้สมบูรณ์แบบในยุคที่ 3 หรือ 3G

บริการเสริมรูปแบบต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการสร้างขึ้นมาดึงดูดการใช้งานของลูกค้านั้น คิดเป็น 10% ของรายได้หลักจากบริการในระบบปกติ โดยบริษัทผู้ให้บริการต่างออกแรงกระตุ้น การใช้บริการเสริมเพิ่มมากขึ้น อย่างต่อเนื่อง ขณะที่จุดเด่นของผู้ให้บริการแต่ละค่ายจะแตกต่างกันไป จากการวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2549) พบว่า บริการเสริมที่มีการใช้บริการมากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่ การส่งข้อความสั้น (SMS) การดาวน์โหลดริงโทน การดาวน์โหลดรูปภาพ และการเล่นเกม การให้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทที่ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยในปัจจุบันมีดังนี้

2.2.2.1 บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ บมจ.แอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด หรือ AIS และบริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด (Digital Phone Company Limited) หรือ DPC ที่ใช้ชื่อทางการค้า AIS GSM one2call Sawasdee GSM1800 (www.ais.co.th)

1) บริการจัดการสายเรียกเข้า (Call Screening) ให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกรับเฉพาะบางสาย (Welcome Calls) หรือไม่รับบางสาย (Blocked Calls) ได้ตามที่ต้องการ

2) บริการรับส่งข้อความสั้น (Short Message Service:SMS) ด้วยเสียง สำหรับผู้ใช้บริการที่ไม่สะดวกที่จะพิมพ์ข้อความ สามารถใช้บริการด้วยการใช้เสียง

3) บริการแจ้งหมายเลขโทรเข้าอัตโนมัติ (Missed Call Alert) ในช่วงเวลาที่ปิดเครื่องหรือสายไม่ว่าง

4) บริการ Infotainment Package เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม เช่น ข่าวรายงานผลกีฬา แนะนำการท่องเที่ยวและร้านอาหาร ข้อมูลบันเทิง และอื่นๆ เช่น ดูดวง, รายงานผลลอตเตอรี่ เป็นต้น

5) บริการเสียงเพลงรอสาย (Calling Melody)

6) บริการดาวน์โหลดเพลงและริงโทน (Music & Ring Tone)

7) บริการด้านกีฬา อพเทค ผลกีฬา ทั้งฟุตบอล กอล์ฟ บาสเกตบอลและกีฬาสุดฮิตอื่นๆ

8) บริการข้อมูลและข่าวสาร ข่าวสารความเคลื่อนไหว ทั้งข่าวการเมือง เศรษฐกิจ ข่าวกีฬา ข่าวต่างประเทศ ทุกความเคลื่อนไหวของสถานการณ์โลก

9) บริการรับส่งข้อความสั้น (Short Message Service:SMS) คาว์โน้โหลด SMS ทุกสไลด์ตั้งแต่หัวจนถึงหาง เป็นต้น

10) บริการส่งภาพเคลื่อนไหว (Multimedia Message service:MMS)

11) บริการคาว์โน้โหลด (Picture) วอลล์เปเปอร์ สกรีนเซฟเวอร์ โลโก้ เป็นต้น

12) บริการคาว์โน้โหลดเกมส์ เกมเล่นคนเดียวหรือเกมสั่มลติเพลย์เยอร์ และเกมออนไลน์ ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับเกมส์ เป็นต้น

2.2.2.2 บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ บมจ.โทเทิลแอ็คเซ็สคอมมูนิเคชั่น (DTAC) ที่ใช้ชื่อทางการค้า DTAC (www.dtac.co.th)

1) ด้านบันเทิง เช่น การดาวน์โหลด (Down Load) ริงโทน (Ring Tone) การดาวน์โหลด (Down Load) รูปภาพ (Wall Papers) การดาวน์โหลด (Down Load) เกมส์ (Game) การโหวต (Vote) ให้คะแนนตามในรายการโทรทัศน์ หรือการร่วมส่งความคิดเห็นในรายการโทรทัศน์ เป็นต้น

2) ด้านบริการติดต่อสื่อสาร เช่น การบริการรับส่งข้อความสั้น (Short Message Service:SMS) การบริการส่งภาพเคลื่อนไหว (Multimedia Message service:MMS) บริการฝากข้อความด้วยเสียง (Voice Mail Box) เป็นต้น

3) ด้านกีฬา เช่นบริการรายงานผลฟุตบอล รายงานตารางการแข่งขัน และข่าวกีฬา เป็นต้น

4) ด้านไลฟ์สไตล์ เช่น โหราศาสตร์ การทำนายชะตา ข่าวบันเทิง, ข่าวสุขภาพ เป็นต้น

5) ด้านข้อมูลข่าวสาร เช่นข่าวและเหตุการณ์สำคัญ แจ้งราคาน้ำมัน ข่าวหุ้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา พยากรณ์อากาศ เป็นต้น

6) ด้านธุรกิจ เช่น e-banking รายงานข้อมูลหุ้น แจ้งข้อมูลหุ้นตามช่วงเวลาเปิด/ปิดของตลาดหลักทรัพย์ รายงานข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น

2.2.2.3 บริการเสริมของทรูมูฟ (www.truemove.com)

1) บริการรับส่งข้อความสั้น (Short Message Service:SMS)

2) บริการส่งภาพเคลื่อนไหว (Multimedia Message service:MMS)

3) บริการฝากข้อความด้วยเสียง (Voicemail)

4) บริการอัพโหลดและดาวน์โหลดรูป (Photo World)

5) บริการแสดงหมายเลขที่เรียกเข้า CLI (Call Identification)

6) บริการโอนสายไปยังเลขหมายอื่นอัตโนมัติ(Call Forward)
7) บริการ True World on Mobile ควณั้โหลด Wallpaper Screensaver
Ring Tone และ game

8) บริการควณั้โหลดเพลงรอสาย (Color Ring 8888)
9) บริการแจ้งหมายเลขโทรเข้าอัตโนมัติ (Missed Call Alert) ในช่วงเวลาที่ปิด
เครื่องหรือสายไม่วาง
10) บริการ multimedia content เช่น True Music สร้างสถานีเพลงส่วนตัว หรือ
ดู Music Video ใหม่ล่าสุด
11) บริการ True Sport บริการอัปเดตข่าวเกาะติดความเคลื่อนไหวในวงการ
กีฬา

2.2.2.4 บริการเสริมของบริษัทเอซีทีโมบาย จำกัด ที่ใช้ชื่อทางการค้าไทยโมบาย
(www.thaimobile.co.th)

1) บริการแสดงหมายเลขโทรเข้า CLI (Calling Line Identification Presentation)
2) บริการรับสายเรียกซ้อนและพักสาย (Call Holding & Call Waiting)
3) บริการรับส่งข้อความสั้น (Short Message Service:SMS)
4) บริการฝากข้อความด้วยเสียง (Voicemail)
5) บริการโอนสายอัตโนมัติ (Call Forwarding) บริการโอนสายที่เรียก
เข้า ไปยังเลขหมายโทรศัพท์อื่น ในกรณีที่เบตเตอร์มือถือหมด หรือ ในกรณีที่ไม่สามารถรับสายได้
6) บริการประชุมทางโทรศัพท์ (Call Conference) สามารถประชุมร่วมกัน
ได้ 6 สาย
7) บริการอดิโเอกั้ก (Audiotex) สารพันบันเทิง สาระ ความรู้ กับหมายเลข
พิเศษ 1900-xxx-xxx ที่มีให้เลือกหลากหลายรายการ เช่น การควณั้โหลดโลโก รังโทน ข่าวกีฬาและ
พยากรณ์ดวงชะตาชีวิต เป็นต้น

2.2.2.5 บริการเสริมของบริษัทฮัทชสัน ซีเอที ไวร์เลส จำกัด หรือ Hutch ที่ใช้ชื่อ
ทางการค้า Hutch (www.hutch.co.th)

1) บริการ StarBless ส่งข้อความพิเศษด้วยเสียงคาราเคิลป็นคนโปรด บอกรัก
แสดงความยินดี เสียใจ
2) บริการ Song4U ส่งเพลงแทนความรู้สึกในโอกาสต่าง ๆ
3) บริการ Fortune บริการทำนายดวงชะตาราศี
4) บริการเสียงเพลงรอสาย (Caller Ring)

5) บริการ Entertainment บริการมัลติมีเดียเพื่อความบันเทิงหลากหลาย เช่น บริการ PlayGame (ดาวน์โหลดเกม) บริการPlayFun ศูนย์รวมของความสำเร็จหลายๆ อย่าง เช่น เพลงริงโทน Karaoke บริการ PlayConnect เป็นเมนูที่ช่วยให้คุณดาวน์โหลดความสามารถในการเชื่อมต่อต่าง ๆ Soda Pop E-mail ซึ่งเป็นตัวเชื่อมให้สามารถดึงอีเมลล์จาก Inbox ในเว็บไซต์ บริการเมลล์ต่าง ๆ ได้ เช่น ดึงอีเมลล์จาก Hotmail เป็นต้น บริการ Play & Watch บริการดูวิดีโอ หรือ มิวสิควิดีโอ

- 6) บริการ Photo album อัลบั้มรูปส่วนตัว
- 7) บริการดาวน์โหลดคอนเทนต์ต่าง ๆ ตามเทศกาล เช่นวาเลนไทน์
- 8) บริการซื้อขายหุ้นดูราคาเช็คอเดอร์และเช็คพอร์ตการลงทุน
- 9) บริการ Navi บริการค้นหา ตำแหน่งของตนเอง ผู้อื่น หรือสถานที่

จากรูปแบบการให้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทที่ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยในปัจจุบัน ซึ่งมีมากมายหลากหลายรูปแบบ ผู้วิจัยจึงได้สรุป ประเภทของบริการเสริมที่นำมาเป็นแนวทางในการศึกษาได้ 5 ด้าน (บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน), www.dtac.co.th) ดังนี้คือ

- 1) ด้านบันเทิง เช่น การดาวน์โหลด (Down Load) ริงโทน (Ring Tone) การดาวน์โหลด (Down Load) รูปภาพ (Wall Papers) การดาวน์โหลด (Down Load) เกมส์ (Game) การโหวต (Vote) ให้คะแนนตามในรายการโทรทัศน์ หรือการร่วมส่งความคิดเห็นในรายการโทรทัศน์ เป็นต้น
- 2) ด้านบริการติดต่อสื่อสาร เช่น การบริการรับส่งข้อความสั้น (Short Message Service:SMS) การบริการส่งภาพเคลื่อนไหว (Multimedia Message service:MMS) บริการฝากข้อความด้วยเสียง (Voice Mail Box) เป็นต้น
- 3) ด้านกีฬา เช่น รายงานผลฟุตบอล รายงานตารางการแข่งขันและผลการแข่งขันกีฬา ข่าวกีฬา ทายปัญหา เป็นต้น
- 4) ด้านไลฟ์สไตล์ เช่น พยากรณ์ดวงชะตาชีวิต ข่าวบันเทิง จอบัตรชมภาพยนตร์ เป็นต้น
- 5) ด้านข้อมูลข่าวสาร เช่น รับแจ้งข่าวด่วนและเหตุการณ์สำคัญ แจ้งราคาน้ำมัน ข่าวหุ้น e-banking รายงานราคาหุ้นผ่านมือถือ รายงานข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น

2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วีรวรรณ ตั้งชนสฤงคาร (2542) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นที่มีต่อบริการเสริมสารระบับเทิงของผู้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 164 ชุด ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นและความสนใจใช้บริการเสริมประเภทสารระบับเทิงของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่แนใจต่อการใช้บริการ โดยเฉพาะค่าบริการที่แพงเกินไป และหลายเลขใช้บริการจ่ายาก ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการบริการ พบว่า บริการทำนายดวงชะตาขึ้นอยู่กับทเพศ บริการแจ้งผลสลากกินแบ่งรัฐบาลไม่ขึ้นอยู่กับทปัจจัยใด บริการขายหัวเราะขึ้นอยู่กับทรายได้และสถานภาพสมรส ส่วนปัจจัยการตลาดที่สำคัญมากที่สุด คือ ส่วนลดค่าใช้โทรศัพท์ และการรับทราบบริการส่วนใหญ่มาจากนิตยสาร AIS Digest

จินตนา ลักษณ์เลิศกุล (2544) ศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าสภาพข้อมูลปัจจัยบุคคลกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 20 ปี ขณะที่ศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาที่คณะวิทยาการจัดการ คิดเป็นร้อยละ 47.5 ชั้นปีศึกษาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 45 ผลการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ 2.51 - 3.00 คิดเป็นร้อยละ 38 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 2,000 – 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36 รายได้ของครอบครัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27 และสภาพข้อมูลปัจจัยเสริมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับบุคคลในครอบครัวค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3.08 กลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับเพื่อนค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2.93 กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีความรู้มาก 0.71 กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโฆษณาประเภทโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.5 นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในด้านการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง 2.74 ส่วนพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในรายด้านมีค่าเฉลี่ยดังนี้ คือ ด้านความจำเป็นในการใช้ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง 2.92 ด้านความถี่ในการใช้ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง 2.09 ด้านความสะดวกรวดเร็วค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3.37 และด้านความเป็นสมัยนิยมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง 2.58

วรวุฒิ เจริญศรีพรพงศ์ (2545) การวิเคราะห์ความต้องการการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร พบว่าระบบที่ใช้ส่วนใหญ่ใช้ของ AIS สาเหตุที่ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ตอบว่าเพราะจำเป็น การตัดสินใจซื้อเป็นความต้องการของตนเองเป็นส่วนใหญ่ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนส่วนใหญ่ใช้ไม่เกิน 500 บาท และใช้ติดต่อกับผู้ปกครองมากที่สุด บริการเสริมที่มีในตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด คือ SMS บริการเสริมที่มีใช้มากคือ SMS เช่นกัน ปัญหาในการใช้งานที่

ควรแก้ไข ส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มี จำนวนโทรศัพท์สาธารณะที่สามารถทดแทนโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ ส่วนใหญ่ตอบว่ามีตั้งแต่ 1 เครื่องขึ้นไป จนถึงสูงสุดที่ 6 เครื่อง ตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยพิจารณาจากระบบมากที่สุด และส่วนใหญ่ตอบว่าในขณะนี้ยังไม่ต้องการเปลี่ยนเครื่อง โทรศัพท์เคลื่อนที่ จากการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กันกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายให้กับสถาบันต่อปี และเงินที่ผู้ปกครองสนับสนุนเป็น ค่าใช้จ่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วันชัย อัครสิทธิพร(2546) พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 19 ปี ศึกษาอยู่คณะ วิศวกรรมศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 พักอาศัยอยู่กับครอบครัว มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 3,001–4,000 บาท พฤติกรรม การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่ำกว่าวันละ 1 ชั่วโมง ใช้ ในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) ช่วงเวลา 18.00–24.00 น. มีเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 1 เครื่อง ยี่ห้อโนเกีย เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีราคาอยู่ระหว่าง 5,001–10,000 บาท โดยเลือกใช้ระบบเครือข่าย GSM ติดต่อกายในพื้นที ค่าใช้จ่ายเดือนละ 300–500 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีความสำคัญ ระดับมาก ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านรายการส่งเสริมการตลาดและด้านช่องทางจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระดับความสำคัญปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา ด้าน วัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยี ปัญหาและอุปสรรคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ราคาแพง อัตราค่าบริการรายเดือนที่มีราคาสูง ค่าซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาแพง

รุ่งเรือง เสนีย์ศรีสกุล (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเสริมของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีสัดส่วนใกล้เคียงกับกลุ่มที่ไม่ใช้บริการ โดยผู้เคยใช้บริการมี ความถี่ในการใช้บริการเสริม 1-9 ครั้งต่อเดือน เวลาที่ใช้ 18.01-06.00 น. แหล่งข้อมูลที่ได้รับมา จากแผ่นพับ สื่อโฆษณา และสื่ออินเทอร์เน็ต ขั้นตอนการใช้บริการมีความยุ่งยาก และปัญหาการใช้ บริการแล้วไม่สม่าเสมอ สัญญาณขาดหาย และมีความพอใจในการใช้บริการเสริมในระดับปาน กลาง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ อัตราค่าบริการเสริม และขั้นตอนในการใช้บริการที่ง่าย ไม่ยุ่งยาก ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ เสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ อายุ ระดับรายได้ต่อเดือน

จิตติพร พรไพรินทร์ (2548) พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่น เขตบางเขน พบว่า

วัยรุ่นมีพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และเพื่อความ

ทันสมัยก้าวทันเทคโนโลยี วัยรุ่นยังมีความต้องการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านกีฬาเพื่อ
ร่วมเล่นเกมส์ ด้านการบันเทิงวัยรุ่นนิยมการดาวน์โหลดริงโทน, ด้านข้อมูลข่าวสารวัยรุ่นใช้ถามยอด
อัตราโน้มนั วัยรุ่นใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ร่วมโหวตรายการโทรทัศน์เพื่อการเล่นเกมส์ปัจจุบันวัยรุ่นนิยมใช้
โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อกับเพื่อนมากที่สุดและนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1-2 Call Nokia เป็นยี่ห้อ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่วัยรุ่นใช้ในปัจจุบันมากที่สุด

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้
โทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า

เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ส่วนตัวต่อเดือนของวัยรุ่นมี
ความสัมพันธ์กับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับน้อย

ระดับการศึกษา มีสัมพันธ์กับยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับน้อย

ระดับการศึกษาและรายได้ผู้ปกครองต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่
ระดับน้อย

อายุ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับค่าใช้บริการในระดับน้อย และรายได้ส่วนตัว
ต่อเดือน รายได้ผู้ปกครองต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้บริการในระดับปานกลาง ปัจจัยพื้นฐาน
ส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต่างกัน ดังนั้นผู้
ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถนำผลวิจัยใช้เป็นยุทธศาสตร์ในการวางแผนและพัฒนาการ
ให้บริการ โดยจำแนกกลุ่มเป้าหมายและสนองตอบความต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของ
กลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้องชัดเจน เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสื่อสารไร้สายอย่าง
ยั่งยืน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยไว้ดังนี้

3.1 แบบของการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งกำหนดแนวทางในการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต รอบเวลาเรียน ภาคปกติ ชั้นปีที่ 1 ถึงปีที่ 4 ในปีการศึกษา 2549 จำนวน 14,459 คน (ฝ่ายทะเบียน และประมวลผล มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 1 สิงหาคม 2549)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (อ้างในวิเชียร เกตุสิงห์, 2537:27) โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อน ยอมรับได้ไม่น้อยกว่า 5 % หรือที่นัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น

$$n = N / 1 + Ne^2$$

เมื่อ

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อน = 5%

แทนค่าในสูตรจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$n = 14,459 / 1 + 14,459$$

$$(0.05)^2 = 388.9 \text{ ชุด}$$

ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่าง 390 คน และการกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละคณะ จำนวนหาสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างประชากรในแต่ละคณะ แสดงในตารางที่ 3.1 โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละคณะ} = \frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรในแต่ละคณะ}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

ดังนั้นขนาดของตัวอย่างในแต่ละคณะจะได้ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตในแต่ละคณะ

คณะ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
บริหารธุรกิจ	3,526	96
การบัญชี	908	24
เศรษฐศาสตร์	241	6
นิติศาสตร์	952	26
ศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	2,670	72
นิเทศศาสตร์	2,925	78
วิศวกรรมศาสตร์	499	14
เทคโนโลยีสารสนเทศ-วิทยาศาสตร์	2,020	54
ศิลปกรรมศาสตร์-การออกแบบ	718	20
รวม	14,459	390

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้ 2 วิธีร่วมกันคือ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) (เฉลิมพร อภิชนาพงศ์, 2549:104) โดยแบ่งประชากรตามคณะศึกษาทั้ง 9 คณะ และในแต่ละคณะจะสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นสัดส่วน (Proportionate Sampling) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2548:237) และในแต่ละคณะจะเก็บตัวอย่างจากนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงจำนวนเท่ากัน โดยใช้วิธีบังเอิญ (Accidental Sampling)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษาประกอบด้วย เพศ คณะที่ศึกษา ชั้นปีการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ลักษณะการให้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการเสริมที่ใช้ เวลาที่ใช้ เหตุผลของการใช้บริการเสริม

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ใน 5 ด้าน คือ ด้านบันเทิง ด้านบริการติดต่อสื่อสาร ด้านกีฬา ด้านไลฟ์สไตล์ และด้านข้อมูลข่าวสาร เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ในการวัดคะแนน 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง มีการใช้บริการเสริมมากที่สุด มากกว่า 20 ครั้ง/เดือน

4 หมายถึง มีการใช้บริการเสริมมาก 16-20 ครั้ง/เดือน

3 หมายถึง มีการใช้บริการเสริมน้อย 10-15 ครั้ง/เดือน

2 หมายถึง มีการใช้บริการเสริมน้อยที่สุด น้อยกว่า 10 ครั้ง/เดือน

1 หมายถึง ไม่เคยใช้บริการเสริมเลย

เกณฑ์ในการให้คะแนนพฤติกรรมการใช้บริการเสริม

ผู้วิจัยได้กำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการเสริม โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

4.21-5.00 หมายถึง มีการใช้บริการเสริมในระดับมากที่สุด

3.41-4.20 หมายถึง มีการใช้บริการเสริมในระดับมาก

2.61-3.40 หมายถึง มีการใช้บริการเสริมในระดับน้อย

1.81-2.60 หมายถึง มีการใช้บริการเสริมในระดับน้อยที่สุด

1.00-1.80 หมายถึง ไม่เคยใช้บริการเสริมเลย

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นข้อเสนอแนะและปัญหาจากการใช้บริการเสริม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การทดสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ใช้วัดตัวแปรต่าง ๆ ไปปรึกษาอาจารย์เพื่อพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Consistency) ผลการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาทุกข้อคำถามมีค่า IOC ตั้งแต่ .50 ขึ้นไป จึงนำไปทดสอบหาความเชื่อมั่นในขั้นต่อไป

การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่คล้ายกับตัวอย่างที่จะใช้ในการวิจัย แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ในส่วนที่ 3 โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบัค (Cronbach Method) ดังสูตร (สุจิตรา ชีวะชนรักษ์ และนภาพรณ จันทรศัพท์, 2549 : 141)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

α = ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อของมาตรวัด

s_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

s_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

ผลการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นในตอนต้นที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการเสริม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .96 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์สูง ถือว่าแบบสอบถามนี้สามารถไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยครั้งนี้ได้

3.4 การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการตามขั้นตอนได้ดังนี้

3.4.1 ขอนหนังสือจากทางมหาวิทยาลัย เพื่อขอความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.2 นำแบบสอบถามแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา พร้อมชี้แจง และทำการสอบถามตามแบบสอบถามจำนวน 390 ชุด ได้รับกลับคืนมา 390 ชุดและตอบครบสมบูรณ์ คิดเป็นร้อยละ 100.0

3.4.3 ผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถาม มาบันทึกในแบบลงรหัส และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้แล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลแต่ละส่วนของแบบสอบถาม มาวิเคราะห์และแปลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

3.5.1 สถิติบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ และ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล และลักษณะการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่

3.5.2 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่

3.5.3 การทดสอบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ด้วยการทดสอบค่าสถิติ T-Test สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มซึ่งเป็นอิสระจากกัน และทดสอบด้วยวิธี One-way ANOVA สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มหรือมากกว่าซึ่งเป็นอิสระจากกัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ นำเสนอผลการวิเคราะห์เรียงตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ลักษณะการใช้บริการเสริม

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลสภาพทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<u>เพศ</u>		
ชาย	195	50.0
หญิง	195	50.0
<u>คณะศึกษา</u>		
บริหารธุรกิจ	96	24.6
บัญชี	24	6.2
เศรษฐศาสตร์	6	1.5
นิเทศศาสตร์	78	20.0
นิติศาสตร์	26	6.7
ศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	72	18.5
ศิลปกรรมศาสตร์-การออกแบบ	20	5.1
เทคโนโลยีสารสนเทศ	54	13.8
วิศวกรรมศาสตร์	14	3.6

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลสภาพทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<u>ชั้นปีการศึกษา</u>		
ปีที่ 1	91	23.3
ปีที่ 2	88	22.6
ปีที่ 3	118	30.3
ปีที่ 4	93	23.8
<u>รายได้ต่อเดือน</u>		
ต่ำกว่า 3,000 บาท	46	11.8
3,001–4,000 บาท	94	24.1
4,001–5,000 บาท	107	27.4
5,001–6,000 บาท	75	19.2
มากกว่า 6,000 บาท	68	17.4

ตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.0 เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.0 เท่ากัน ศึกษาอยู่คณะบริหารธุรกิจ มากที่สุด ร้อยละ 24.6 รองลงมาคือ คณะนิเทศศาสตร์ ร้อยละ 20.0 และ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 18.5 ส่วนใหญ่ศึกษาชั้นปีที่ 3 ร้อยละ 30.3 มีรายได้ต่อเดือน 4,001–5,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 27.4 รองลงมาคือ 3,001–4,000 บาท ร้อยละ 24.1 และ 5,001–6,000 บาท ร้อยละ 19.2

ตอนที่ 2 ลักษณะการใช้บริการเสริม

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
AIS	109	27.9
DTAC	94	24.1
DPC 1800	39	10.0
True Move	78	20.0
Thai Mobile	34	8.7
Hutch	36	9.2

ตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS มากที่สุด ร้อยละ 27.9 รองลงมาคือ DTAC ร้อยละ 24.1 และ True Move ร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของลักษณะการใช้บริการเสริม (จำนวนที่ตอบจาก 390 คน)

ลักษณะการใช้บริการเสริม	จำนวนที่ตอบ	ร้อยละ
<u>บริการเสริมด้านบันเทิง (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)</u>		
ดาวน์โหลดริงโทน	284	72.8
ดาวน์โหลดรูปภาพ	201	51.5
ดาวน์โหลดเกมส์	185	47.4
ดาวน์โหลดเพลง	274	70.3
โหวตให้คะแนนในรายการโทรทัศน์	145	37.2
ร่วมส่งความคิดเห็นในรายการโทรทัศน์	90	23.1
<u>บริการเสริมด้านบริการติดต่อสื่อสาร (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)</u>		
รับส่งข่าวสั้น	253	64.9
ส่งภาพเคลื่อนไหว	252	64.6
ฝากข้อความด้วยเสียง	231	59.2

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ลักษณะการใช้บริการเสริม	จำนวนที่ตอบ	ร้อยละ
<u>บริการเสริมด้านกีฬา (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)</u>		
รายงานผลฟุตบอล	298	76.4
รายงานตารางและผลการแข่งขัน	196	50.3
ข่าวกีฬา	216	55.4
ทนายปัญหา	66	16.9
<u>บริการเสริมด้านไลฟ์สไตล์ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)</u>		
พยากรณ์ดวงชะตาชีวิต	273	70.0
ข่าวบันเทิง	293	75.1
จองบัตรชมภาพยนตร์	136	34.9
<u>บริการเสริมด้านข้อมูลข่าวสาร (จำนวนที่ตอบ)</u>		
รับแจ้งข่าวด่วนและเหตุการณ์สำคัญ	343	87.9
แจ้งราคาน้ำมัน	102	26.2
ข่าวหุ้น e – banking	85	21.8
รายงานราคาหุ้น	96	24.6
รายงานข่าวเศรษฐกิจ	153	39.2

ตารางที่ 4.3 พบว่าลักษณะการใช้บริการเสริม ด้านบันเทิงมีการดาวน์โหลดริงโทน มากที่สุด ร้อยละ 72.8 รองลงมาคือ ดาวน์โหลดเพลง ร้อยละ 70.3 และดาวน์โหลดรูปภาพ ร้อยละ 51.5

ด้านบริการติดต่อสื่อสาร มีการรับส่งข่าวสั้น มากที่สุด ร้อยละ 64.9 รองลงมาคือ ส่งภาพเคลื่อนไหว ร้อยละ 64.6

ด้านกีฬา มีการรายงานผลฟุตบอล มากที่สุด ร้อยละ 76.4 รองลงมาคือ ข่าวกีฬา ร้อยละ 55.4

ด้านไลฟ์สไตล์ มีการรับข่าวบันเทิง มากที่สุด ร้อยละ 75.1 รองลงมาคือ พยากรณ์ดวงชะตาชีวิต ร้อยละ 70.0

ด้านข้อมูลข่าวสาร มีการรับแจ้งข่าวด่วนและเหตุการณ์สำคัญ มากที่สุด ร้อยละ 87.9 รองลงมาคือ รายงานข่าวเศรษฐกิจ ร้อยละ 39.2 และแจ้งราคาน้ำมัน ร้อยละ 26.2

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ใช้บริการเสริม (จำนวนที่ตอบจาก 390 คน)

เหตุผลที่ใช้บริการเสริม	จำนวนที่ตอบ	ร้อยละ
เพื่อความทันสมัย	125	32.1
สามารถใช้บริการได้ง่าย	97	24.9
อัตราค่าบริการไม่แพง	65	16.7
เพื่อการลุ้นรับรางวัล	43	11.0
ติดต่อสนทนากับเพื่อน	200	51.3
อยากทราบข่าวสารข้อมูล	124	31.8
เพื่อความบันเทิง	135	34.6

ตารางที่ 4.4 เหตุผลที่ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าติดต่อกับเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 51.3 รองลงมาคือ เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 34.6 และเพื่อความทันสมัย ร้อยละ 32.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของบริการเสริมที่พอใจมากที่สุด

บริการเสริมที่พอใจมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ด้านบันเทิง	116	29.7
บริการติดต่อสื่อสาร	124	31.8
กีฬา	38	9.7
ไลฟ์สไตล์	22	5.7
ข้อมูลข่าวสาร	90	23.1

ตารางที่ 4.5 บริการเสริมที่พอใจมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างพอใจบริการเสริมด้านบริการติดต่อสื่อสารมากที่สุด ร้อยละ 31.8 รองลงมาคือ ด้านบันเทิง ร้อยละ 29.7 และข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 23.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของบริการเสริมที่พออน้อยที่สุด

บริการเสริมที่พออน้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ด้านบันเทิง	76	19.5
บริการติดต่อสื่อสาร	65	16.7
กีฬา	102	26.2
ไลฟ์สไตล์	104	26.7
ข้อมูลข่าวสาร	43	11.0

ตารางที่ 4.6 บริการเสริมที่พออน้อยที่สุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพออน้อยในด้าน ไลฟ์สไตล์ ร้อยละ 26.7 รองลงมาคือ กีฬา ร้อยละ 26.2 และด้านบันเทิง ร้อยละ 19.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้บริการเสริม

ช่วงเวลาที่ใช้บริการเสริม	จำนวน	ร้อยละ
06.01-12.00 น.	84	21.5
12.01-18.00 น.	73	18.7
18.01-24.00 น.	214	54.9
00.01-06.00 น.	19	4.9

ตารางที่ 4.7 ช่วงเวลาที่ใช้บริการเสริมมากที่สุด คือ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 54.9 รองลงมาคือ 06.01-12.00 น. ร้อยละ 21.5 และ 12.01-18.00 น ร้อยละ 18.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเสริมแต่ละเดือน

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเสริมแต่ละเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	227	58.2
501-700 บาท	78	20.0
701-1,000 บาท	20	5.1
1,001-1,500 บาท	37	9.5
มากกว่า 1,501 บาท	28	7.2

ตารางที่ 4.8 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเสริมต่อเดือนไม่เกิน 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 58.2 รองลงมา คือ 501-700 บาท ร้อยละ 20.0 และ 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับ โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม และรายด้าน

พฤติกรรมการใช้บริการเสริม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ การให้บริการ
ด้านบันเทิง	2.77	1.03	น้อย
ด้านบริการติดต่อสื่อสาร	2.98	1.008	น้อย
ด้านกีฬา	2.92	1.13	น้อย
ด้านไลฟ์สไตล์	2.85	.99	น้อย
ด้านข้อมูลข่าวสาร	2.56	1.06	น้อยที่สุด
รวม	2.78	.76	น้อย

ตารางที่ 4.9 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (มีการใช้บริการเสริม 10-15 ครั้ง/เดือน) ค่าเฉลี่ย 2.78 โดยด้านที่มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมมากที่สุด คือ ด้านบริการติดต่อสื่อสาร ค่าเฉลี่ย 2.98 รองลงมาคือ ด้านกีฬา ค่าเฉลี่ย

2.92 ด้านไลฟ์สไตล์ ค่าเฉลี่ย 2.85 ด้านบันเทิง ค่าเฉลี่ย 2.77 และด้านข้อมูลข่าวสารค่าเฉลี่ย 2.56 ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับน้อยที่สุด (มีการใช้บริการน้อยกว่า 10 ครั้ง/เดือน)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านบันเทิง

พฤติกรรมการใช้บริการเสริม ด้านบันเทิง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ การให้บริการ
การดาวน์โหลดริงโทน	2.70	.992	น้อย
การดาวน์โหลดรูปภาพ	2.84	1.14	น้อย
การดาวน์โหลดเกมส์	2.76	1.29	น้อย
การดาวน์โหลดเพลง	2.97	1.26	น้อย
การโหวตให้คะแนนตามในรายการโทรทัศน์	2.61	1.25	น้อย
การร่วมส่งความคิดเห็นในรายการโทรทัศน์	2.73	1.16	น้อย
รวม	2.77	1.03	น้อย

ตารางที่ 4.10 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านบันเทิง โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (มีการใช้บริการเสริม 10-15 ครั้ง/เดือน) ค่าเฉลี่ย 2.77 โดยมีพฤติกรรมการใช้บริการดาวน์โหลดเพลงมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 2.97 รองลงมาคือ การดาวน์โหลดรูปภาพ ค่าเฉลี่ย 2.84 และการดาวน์โหลดเกมส์ ค่าเฉลี่ย 2.76 และบริการเสริมที่ใช้น้อยที่สุดคือการโหวตให้คะแนนตามในรายการโทรทัศน์ ค่าเฉลี่ย 2.61

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านบริการติดต่อสื่อสาร

พฤติกรรมการใช้บริการเสริม ด้านบริการติดต่อสื่อสาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ การใช้บริการ
การบริการรับส่งข่าวสั้น	2.98	1.12	น้อย
การบริการส่งภาพเคลื่อนไหว	2.90	1.22	น้อย
บริการฝากข้อความด้วยเสียง	3.06	1.24	น้อย
รวม	2.98	1.008	น้อย

ตารางที่ 4.11 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านบริการติดต่อสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (มีการใช้บริการเสริม 10-15 ครั้ง/เดือน) ค่าเฉลี่ย 2.98 โดยมีพฤติกรรมการใช้บริการฝากข้อความด้วยเสียงมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.06 รองลงมาคือ บริการรับส่งข่าวสั้น ค่าเฉลี่ย 2.98 และการบริการส่งภาพเคลื่อนไหว ค่าเฉลี่ย 2.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านกีฬา

พฤติกรรมการใช้บริการเสริม ด้านกีฬา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ การใช้บริการ
รายงานผลฟุตบอล	2.97	1.35	น้อย
รายงานตารางการแข่งขันและผลการแข่งขันกีฬา	2.92	1.36	น้อย
ข่าวกีฬา	2.92	1.26	น้อย
ทายปัญหา	2.86	1.24	น้อย
รวม	2.92	1.13	น้อย

ตารางที่ 4.12 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านกีฬา โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (มีการใช้บริการเสริม 10-15 ครั้ง/เดือน) ค่าเฉลี่ย 2.92 โดยมีพฤติกรรมใช้บริการรายงานผลฟุตบอลมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 2.97 รองลงมาคือ รายงานตารางการแข่งขันและผลการแข่งขันกีฬา และข่าวกีฬา ค่าเฉลี่ย 2.92 และทายปัญหา ค่าเฉลี่ย 2.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านไลฟ์สไตล์

พฤติกรรมการใช้บริการเสริม ด้านไลฟ์สไตล์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ การใช้บริการ
พยากรณ์ดวงชะตาชีวิต	2.80	1.21	น้อย
ข่าวบันเทิง	2.86	1.11	น้อย
จองบัตรชมภาพยนตร์	2.90	1.10	น้อย
รวม	2.85	.99	น้อย

ตารางที่ 4.13 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านไลฟ์สไตล์ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (มีการใช้บริการเสริม 10-15 ครั้ง/เดือน) ค่าเฉลี่ย 2.85 โดยมีพฤติกรรมการใช้บริการจองบัตรชมภาพยนตร์มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 2.90 รองลงมาคือ ข่าวบันเทิง ค่าเฉลี่ย 2.86 และพยากรณ์ดวงชะตาชีวิต ค่าเฉลี่ย 2.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านข้อมูลข่าวสาร

พฤติกรรมการใช้บริการเสริม ด้านข้อมูลข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ การใช้บริการ
รับแจ้งข่าวด่วนและเหตุการณ์สำคัญ	3.30	1.29	น้อย
แจ้งราคาน้ำมัน	2.35	1.01	น้อยที่สุด
ข่าวหุ้น e-banking	2.33	1.36	น้อยที่สุด
รายงานราคาหุ้นผ่านมือถือ	2.24	1.30	น้อยที่สุด
รายงานข่าวเศรษฐกิจ	2.55	1.48	น้อยที่สุด
รวม	2.56	1.06	น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.14 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด (มีการใช้บริการเสริมน้อยกว่า 10 ครั้ง/เดือน) ค่าเฉลี่ย 2.56 โดยมีพฤติกรรม

การใช้บริการรับแจ้งข่าวด่วนและเหตุการณ์สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมาคือรายงานข่าวเศรษฐกิจ ค่าเฉลี่ย 2.55 และแจ้งราคาน้ำมัน ค่าเฉลี่ย 2.35 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่
จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการใช้บริการเสริม สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่	เพศ				ค่า t	P
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านบันเทิง	2.81	.82	2.72	1.20	.87	.382
ด้านบริการติดต่อสื่อสาร	3.06	.72	2.90	1.22	1.54	.124
ด้านกีฬา	3.18	1.01	2.66	1.20	4.61	.000*
ด้านไลฟ์สไตล์	2.74	.82	2.96	1.13	2.14	.033*
ด้านข้อมูลข่าวสาร	2.71	1.09	2.41	1.02	2.78	.006*
พฤติกรรมโดยรวม	2.82	.60	2.74	.89	1.09	.273

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.15 พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมด้านกีฬา และด้านข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศชายมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมมากกว่าเพศหญิง และด้านไลฟ์สไตล์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามคณะศึกษา

พฤติกรรมการใช้ บริการเสริม สำหรับ โทรศัพท์เคลื่อนที่	คณะศึกษา																		ค่า F	P
	บริหาร		บัญชี		เศรษฐศาสตร์		นิเทศ		นิติศาสตร์		ศิลป ศาสตร์		ศิลปกรรม		เทคโนโลยี		วิศวกรรม			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านบันเทิง	3.18	.82	2.55	1.09	3.05	1.07	2.89	.97	2.91	1.23	2.05	.91	2.66	.82	2.69	1.03	3.48	.95	8.71	.000*
ด้านบริการ ติดต่อสื่อสาร	3.33	.81	2.79	.95	2.83	1.10	3.17	.85	3.06	1.24	2.13	.98	2.94	.82	3.12	.95	3.57	.78	10.83	.000*
ด้านกีฬา	3.39	1.03	2.60	1.46	2.08	1.68	3.14	.89	2.92	1.19	2.26	.96	2.37	1.17	3.02	1.04	3.17	1.27	7.79	.000*
ด้านไลฟ์สไตล์	3.17	.66	2.62	.77	2.88	.95	3.07	.93	2.97	1.02	2.26	1.10	2.56	1.06	2.74	1.13	3.47	.75	6.72	.000*
ด้านข้อมูล ข่าวสาร	2.93	.95	2.60	1.02	2.43	1.60	2.64	.90	2.80	1.04	1.68	.74	3.07	.98	2.57	1.18	2.79	1.31	9.85	.000*

ตารางที่ 4.16 พบว่าคณะศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่คณะวิศวกรรมศาสตร์ มีค่าเฉลี่ย 3.18 ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสูงกว่ากลุ่มอื่น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการเสริมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่คณะวิศวกรรมศาสตร์ มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมในด้านบันเทิง ด้านบริการติดต่อสื่อสาร และด้านไลฟ์สไตล์ มากกว่ากลุ่มอื่น คณะบริหารธุรกิจมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมในด้านกีฬามากกว่ากลุ่มอื่น และคณะศิลปกรรมศาสตร์มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมในด้านข้อมูลข่าวสารมากกว่ากลุ่มอื่น

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมการใช้บริการเสริม สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่	รายได้ต่อเดือน										ค่า F	P
	ต่ำกว่า 3,000		3,001 – 4,000		4,001 – 5,000		5,001 – 6,000		มากกว่า 6,000			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านบันเทิง	3.34	.70	2.14	.91	3.07	1.13	2.57	.68	2.99	1.06	18.84	.000*
ด้านบริการติดต่อสื่อสาร	3.40	.65	2.32	.96	3.30	.94	2.85	.80	3.24	1.10	19.39	.000*
ด้านกีฬา	3.74	.87	2.26	1.14	3.18	.97	2.99	.91	2.79	1.25	18.36	.000*
ด้านไลฟ์สไตล์	2.94	.36	2.37	.91	3.21	1.07	2.81	.94	2.95	1.06	10.01	.000*
ด้านข้อมูลข่าวสาร	3.43	.90	1.97	.92	2.54	.90	2.41	.91	2.97	1.22	21.14	.000*
พฤติกรรมโดยรวม	3.18	.55	2.31	.69	3.01	.77	2.73	.56	2.86	.83	17.07	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.17 พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.18 ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสูงกว่ากลุ่มอื่น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าพฤติกรรมการใช้บริการเสริมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมในด้านบันเทิง ด้านบริการติดต่อสื่อสาร ด้านกีฬา และด้านข้อมูลข่าวสารมากกว่ากลุ่มอื่น และรายได้ต่อเดือน 4,001–5,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมในด้านไลฟ์สไตล์มากกว่ากลุ่มอื่น

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านการใช้บริการเสริมด้านบันเทิง ด้านบริการติดต่อสื่อสาร ด้านกีฬา ด้านไลฟ์สไตล์ และด้านข้อมูลข่าวสาร และเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำนวน 390 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มี 3 ตอนคือ ข้อมูลส่วนบุคคล ลักษณะการใช้บริการเสริม และพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติทดสอบ t-test และ One-way ANOVA

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ลักษณะการใช้บริการเสริม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS โดยในด้านบันเทิง มีการดาวน์โหลดเพลงมากที่สุด ด้านบริการติดต่อสื่อสาร มีการใช้บริการฝากข้อความด้วยเสียงมากที่สุด ด้านกีฬา มีการรายงานผลฟุตบอลมากที่สุด ด้านไลฟ์สไตล์ มีการใช้บริการจองบัตรชมภาพยนตร์มากที่สุด ด้านข้อมูลข่าวสาร มีการรับแจ้งข่าวด่วนและเหตุการณ์สำคัญมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าติดต่อกับเพื่อน และมีความพอใจบริการเสริมด้านบริการติดต่อสื่อสารมากที่สุด และพอใจด้านไลฟ์สไตล์น้อยที่สุด ทั้งนี้ช่วงเวลาที่ใช้มากที่สุดคือ 18.01-24.00 น. ด้วยค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเสริมต่อเดือนไม่เกิน 500 บาทมากที่สุด

5.1.2 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยด้านที่มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมมากที่สุด คือ ด้านบริการติดต่อสื่อสาร รองลงมาคือ ด้านกีฬา ด้านไลฟ์สไตล์ ด้านบันเทิง และด้านข้อมูลข่าวสาร

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้าน พบว่า

ด้านบันเทิง โดยรวมอยู่ในระดับน้อยโดยมีพฤติกรรมการใช้บริการดาวน์โหลดเพลงมากที่สุด และบริการเสริมที่ใช้น้อยที่สุดคือการโหวตให้คะแนนตามในรายการโทรทัศน์

ด้านบริการติดต่อสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับน้อยโดยมีพฤติกรรมการใช้บริการฝากข้อความด้วยเสียงมากที่สุด และการใช้บริการส่งภาพเคลื่อนไหวน้อยที่สุด

ด้านกีฬา โดยรวมอยู่ในระดับน้อยโดยมีพฤติกรรมการใช้บริการรายงานผลฟุตบอลมากที่สุด และใช้บริการทายปัญหาน้อยที่สุด

ด้านไลฟ์สไตล์ โดยรวมอยู่ในระดับน้อยโดยมีพฤติกรรมการใช้บริการจองบัตรชมภาพยนตร์มากที่สุด และใช้บริการพยากรณ์ดวงชะตาชีวิตน้อยที่สุด

ด้านข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุดโดยมีพฤติกรรมการใช้บริการรับแจ้งข่าวด่วนและเหตุการณ์สำคัญมากที่สุดและรายงานราคากุ้งน้อยที่สุด

5.1.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1.3.1 เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.3.2 คณะศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.3.3 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 พฤติกรรมการใช้บริการเสริม พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริการเสริมที่มีอยู่ นักศึกษานิยมใช้ในบางประเภทเท่านั้นเพราะการใช้บริการเสริมมาก นักศึกษาต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ดังนั้นการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาในกลุ่มวัยรุ่นเป็นการใช้เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสารมากกว่าที่ใช้บริการเสริมและบริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีคู่แข่งที่มีคุณภาพดีและราคาค่าบริการถูก เช่นจากอินเทอร์เน็ตสามารถดาวน์โหลดเพลง ดูข้อมูลข่าวด่วนและเหตุการณ์สำคัญ เป็นต้น โดยพฤติกรรมการใช้บริการเสริมมากที่สุด คือ ด้านบริการติดต่อสื่อสารซึ่งเป็นบริการเสริมที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร สอดคล้องกับการวิจัยของ จิตติพร พรไพรินทร์ (2548) ที่พบว่าวัยรุ่นมีพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและเพื่อความทันสมัยก้าวหน้าทันเทคโนโลยี

ปัจจุบันวัยรุ่นนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อกับเพื่อนมากที่สุด โดยเมื่อศึกษาบริการเสริมที่ นักศึกษานิยมใช้มากสุดในแต่ละด้านพบว่าในด้านบันเทิง มีการใช้บริการดาวน์โหลดเพลงมากสุด อาจเนื่องจากวัยรุ่นนิยมฟังเพลง และนิยมเลือกดาวน์โหลดเพลงที่ตนชอบเพื่อแสดงตัวตน อารมณ์ ความรู้สึกและรสนิยม ในด้านติดต่อสื่อสาร นิยมใช้บริการฝากข้อความด้วยเสียงมากสุด อาจเพราะ ปัจจุบันปริมาณเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อติดต่อสื่อสารในแต่ละครั้งนานมากขึ้น เพราะ ค่าใช้จ่ายที่ถูกลงจากโปรโมชันและสภาพการแข่งขัน ทำให้โอกาสโทรติดต่อกันได้ยากขึ้น จึงต้อง พึ่งพาบริการฝากข้อความด้วยเสียงมากขึ้น ในด้านกีฬา นิยมใช้บริการรายงานผลฟุตบอลมากสุด เพราะกีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่วัยรุ่นและนักเรียนนักศึกษามีความสนใจมากที่สุดและมีรายการ แข่งขันมากในแต่ละสัปดาห์ นักศึกษาจึงสนใจที่จะรับทราบผลการแข่งขันได้ก่อนใคร ในด้าน ไลฟ์สไตล์ นิยมใช้บริการจองบัตรชมภาพยนตร์ เพราะกิจกรรมการชมภาพยนตร์เป็นอีกกิจกรรม หนึ่งที่วัยรุ่นและนักเรียนนักศึกษานิยมมากอีกกิจกรรมหนึ่ง เมื่อสามารถจองบัตรชมภาพยนตร์ผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้ทราบรอบที่จะชมภาพยนตร์ที่แน่ชัดไม่ต้องเดินทางไปหลายเที่ยว ในด้าน ข้อมูลข่าวสาร นิยมใช้บริการรับแจ้งข่าวด่วนและเหตุการณ์สำคัญ ทั้งนี้เพราะช่วงปีที่ผ่านมา มี เหตุการณ์บ้านเมืองวุ่นวายหลายเรื่องทั้งด้านการเมือง และเหตุการณ์ความไม่สงบในภาคใต้ สำหรับ ช่วงเวลาที่ใช้มากสุด 18.00–24.00 น. สอดคล้องกับการวิจัยของ รุ่งเรือง เสนีย์ศรีสกุล (2547) พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ 18.01–06.00 น. ความถี่ในการใช้งานอยู่ที่ 10–15 ครั้งต่อเดือน คล้ายกับการวิจัยของ รุ่งเรือง เสนีย์ศรีสกุล (2547) พบว่าความถี่ในการใช้งานอยู่ที่ 1–9 ครั้งต่อเดือน โดยในการวิจัยครั้งนี้ความถี่ในการใช้งานเพิ่มขึ้นจากการวิจัยของ รุ่งเรือง เสนีย์ศรี สกุล (2547) เล็กน้อย อาจเพราะรูปแบบบริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในปัจจุบัน (2549) มี บริการเพิ่มขึ้นมากกว่าเมื่อปี 2547

5.2.2 เพศที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมไม่ต่างกัน ผลที่ได้นี้ไม่เป็นไปตาม สมมติฐานการวิจัย แสดงได้ว่าการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพศของ นักศึกษา แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเพศชายมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมด้านกีฬา และ ด้านข้อมูลข่าวสารมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเพศชายเป็นเพศที่ชอบกีฬา โดยเฉพาะ ฟุตบอลที่มีผู้ที่น่าสนใจแข่งขันกันอยู่มาก จึงทำให้สนใจที่จะติดตามผล และนอกจากนี้ยังมีความ สนใจติดตามข่าวสารบ้านเมืองมากกว่าเพศหญิง ในทางกลับกันในด้านไลฟ์สไตล์ ก็พบว่าเพศหญิง มีพฤติกรรมการใช้บริการมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้เป็นผลมาจากเพศหญิงมีลักษณะที่ชอบความบันเทิง รักสวยงาม และติดตามดาราที่นิยม

5.2.3 คณะศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย หมายถึงการใช้

บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ขึ้นอยู่กับคณะที่ศึกษาของนักศึกษา โดยที่นักศึกษาที่เรียน คณะวิศวกรรมศาสตร์ มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสูงกว่ากลุ่มอื่น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักศึกษา คณะดังกล่าวนี้มีความสนใจความก้าวหน้าและความทันสมัยของเทคโนโลยีใหม่ ๆ รู้จักบริการเสริมแบบต่าง ๆ ดีกว่านักศึกษาคณะอื่น โดยที่นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์นี้ มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมในด้านบันเทิง ด้านบริการติดต่อสื่อสาร และด้านไลฟ์สไตล์ มากกว่ากลุ่มอื่น ในขณะที่นักศึกษาที่ศึกษาคณะบริหารธุรกิจมีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมในด้านกีฬามากกว่ากลุ่มอื่น อาจเนื่องมาจากนักศึกษาที่เรียนในคณะนี้เป็นกลุ่มที่ต้องติดต่อกับคนในสังคมเพื่อธุรกิจ ดังนั้นจึงต้องสร้างความเป็นพวกพ้อง โดยอาศัยความชอบที่เหมือนกัน เช่นชอบในกีฬาเหมือนกัน สามารถพูดคุยกัน ได้สนิทสนม ง่ายต่อการสานต่องานธุรกิจ ส่วนคณะศิลปกรรมศาสตร์มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมในด้านข้อมูลข่าวสารมากกว่ากลุ่มอื่น อาจเนื่องมาจากนักศึกษาในคณะนี้เป็นกลุ่มที่ต้องการศึกษาหาความรู้ในด้านข่าวสารเพื่อมาประกอบการเรียน เช่นในสาขาศิลปะการแสดงประยุกต์ จึงให้ความสนใจในการใช้บริการเสริมในการค้นหาข่าวสาร

5.2.4 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายถึงว่าการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ขึ้นอยู่กับรายได้ต่อเดือนของนักศึกษา โดยที่รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสูงกว่ากลุ่มอื่น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มที่มีรายได้น้อย ไม่ได้จ่ายเงินค่าโทรศัพท์เอง พ่อ แม่ ผู้ปกครองอาจทำการจ่ายให้ จึงทำให้กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 3,000 บาท จึงใช้บริการเสริมโดยไม่ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่าย และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมในด้านบันเทิง ด้านบริการติดต่อสื่อสาร ด้านกีฬา และด้านข้อมูลข่าวสาร มากกว่ากลุ่มอื่น และนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน 4,001–5,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้บริการเสริมในด้านไลฟ์สไตล์มากกว่ากลุ่มอื่น ผลที่ได้แสดงให้เห็นได้ว่ากลุ่มนักศึกษาที่มีรายได้มากขึ้น นิยมความบันเทิง ติดตามแฟชั่น และดารา เพื่อจะได้มีการแต่งตัวให้ทันสมัยตามแฟชั่น ผลที่ได้นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งเรือง เสนีย์ศรีสกุล (2547) ที่พบว่า ระดับรายได้ต่อเดือนอิทธิพลต่อการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่

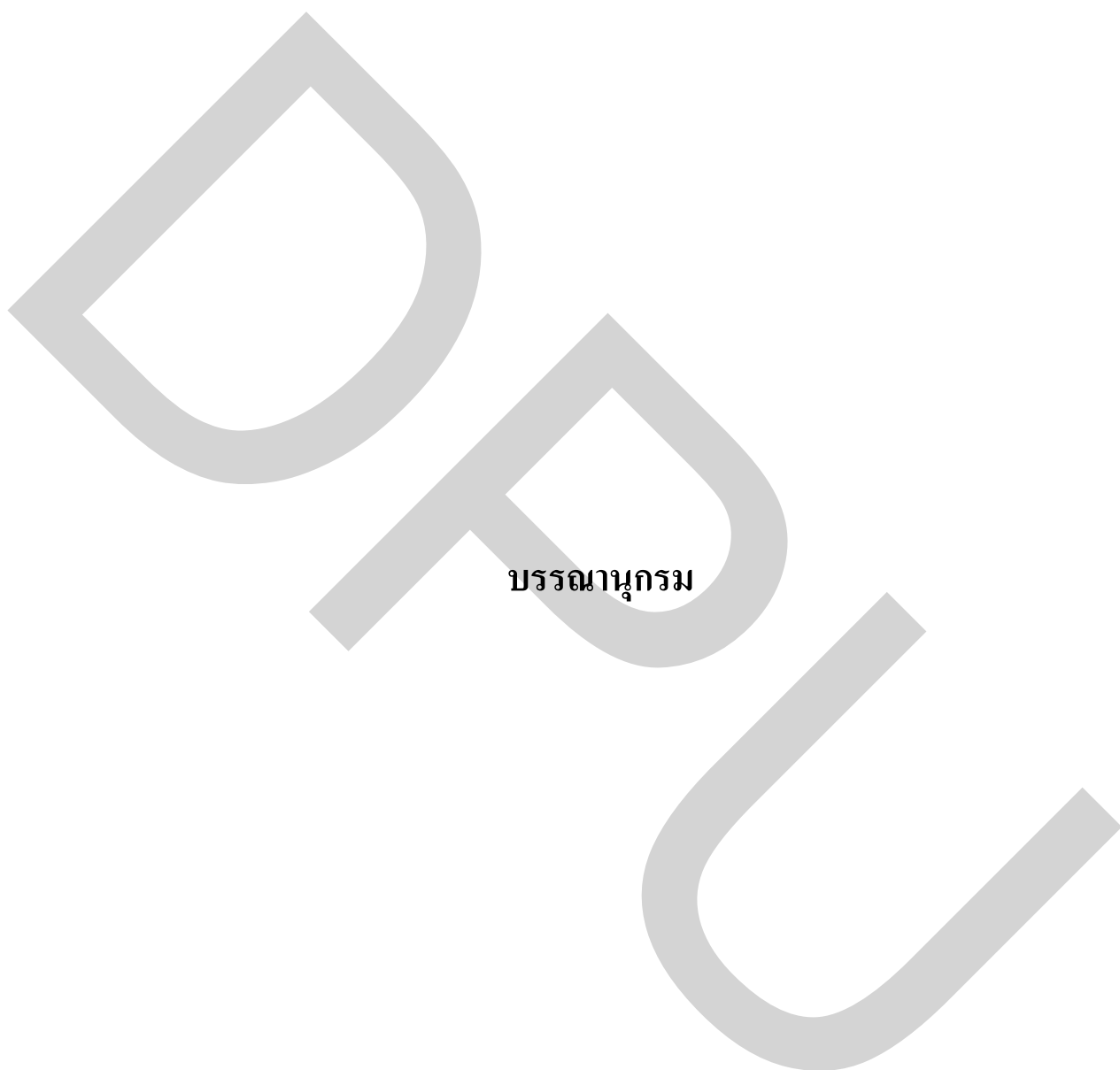
5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 นักศึกษามีการให้บริการเสริมในระดับน้อย ดังนั้นการนำเสนอการให้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริษัทที่เกี่ยวข้องควรมีการวิจัยพัฒนาปรับปรุงรูปแบบของบริการ

เสริมใหม่ ๆ ให้ตรงใจ ตรงความต้องการนักศึกษา เพื่อการจูงใจและกระตุ้นให้นักศึกษามีการใช้บริการมากขึ้น

5.3.2 ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดสำหรับบริการเสริม ควรนำปัจจัยทางด้านประสิทธิภาพที่เรียนของนักศึกษาและรายได้ของนักศึกษามาเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้วย

5.3.3 ในการวิจัยต่อไปควรขยายการศึกษาการตอบสนองและความคาดหวังในการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มวัยรุ่นอื่น ๆ ให้กว้างขวางและมีความหลากหลายมากขึ้นต่อไป



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กันยา สุวรรณแสง. (2532). **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ : บำรุงสถานส์.
- กฤษณี คำชาย (2542). **จิตวิทยาแนะแนวเด็กวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- ดวงกมล เวชบรรยงรัตน์ และคณะ. (2538). **พัฒนาการวัยรุ่นและการอบรม**. เอกสารการสอน
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช นนทบุรี.
- นภาพรณัฏฐ์ จันทรรักษ์ และคณะ. (2549). **วิธีวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ประมวล ดิกคินสัน. (2520). **วัยวัฒนา จิตวิทยา พัฒนาการ วัยรุ่น วัยเร่ง**. กรุงเทพฯ : แพร์พิทยา.
- ปราณี รามสูต. (2528). **จิตวิทยาวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ : ศิลปาบรรณการ.
- ปรีชา วิหคโต. (2532). **พฤติกรรมวัยรุ่น**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ศศ.ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. กรุงเทพฯ : วี.อินเตอร์ พรินท์.
- พรพิมล เข็มมากรินทร์. (2539). **พัฒนาการวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ : ดันอ้อ.
- ยุพารณัฏฐ์ อารีพงษ์. (2549). **เอกสารการสอนหลักสถิติ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2537). **การวิจัยเชิงปฏิบัติการ**. นนทบุรี.
- วินัดดา ปิยะศิลป์. (2540). **ครอบครัวกับวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พรินติ้งแอนพับลิชชิ่ง.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2540). **จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตช่วงวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2548). **การวิจัยการตลาด**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- สุชา จันทรเฒ. (2521). **จิตวิทยาวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ : แพร์พิทยา.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกสารอื่น ๆ

- วรวิภา เจริญศรีพรพงศ์. (2545). **ความต้องการใช้โทรศัพท์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร**.
ภาควิชาพาณิชยศาสตร์และการบัญชี สาขาการตลาด. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันชัย อัครสิทธิพร. (2546). พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิทยานิพนธ์

จิตติพร พรไพบรินทร์. (2548). พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่น เขตบางเขน.

วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

ธนพร แดงขาว. (2545). พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์

ปริญญามหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.

รุ่งเรือง เสนีย์ศรีสกุล. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค

วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต เศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สกุลกานต์ นามโคตร. (2548). การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการเสริม

โทรศัพท์มือถือของบริษัท เอไอเอส จำกัด (มหาชน) ในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

วีรวรรณ ตั้งชนสงคราม. (2542). ความคิดเห็นที่มีต่อการเสริมประเภทสารบบแท็บเล็ตของผู้ใช้

โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอลไอเอสเอ็มในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์

ปริญญามหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อัญชลี สันวิภาต. (2543). พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ศึกษาเฉพาะกรณีเขตสวนหลวง. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม.

กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัท โทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน). (2549).

สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2549, จาก <http://www.dtac.co.th>.

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). (2549).

สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2549, จาก <http://www.ais.co.th>.

ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัท ทรูมูฟ จำกัด. (2549). สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2549,

จาก <http://www.truemove.com>.

ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัท เอซีที โมบาย จำกัด. (2549). สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2549,

จาก <http://www.thaimobile.co.th>.

ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัท ฮัทชิสัน ซีเอที ไวร์เลส จำกัด. (2549). สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2549,

จาก <http://www.hutch.co.th>.

ข้อมูลเกี่ยวกับบริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่. (2549). สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2549,

จาก <http://www.i-mobile.co.th>.

ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด. (2549). สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2549,

จาก <http://www.dpc.co.th>

ข้อมูลจากรายงานผลการดำเนินงานในไตรมาสแรกของปี 2549. (2549). บริษัท โทเทิล แอ็คเซส

คอมมูนิเคชั่น จำกัด (DTAC). สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2549, จาก <http://www.dtac.co.th>.

ไฟโรจน์ ไวนิชกิจ. มือถือไทย..อดีต..ปัจจุบัน..กับพัฒนาการสู่อนาคต. (2549).

สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2549, จาก <http://www.siamphone.com>.

บริษัท รักบ้านเกิด, โทรศัพท์เคลื่อนที่ สืบค้นวันที่ 12 ม.ค. 2550,

จาก http://www.rakbankerd.com/01_jam/thaiinfor/country_info/index.html.

บริการเสริมดูเงินในกระเป๋าผู้ใช้. (2549). สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2549, จาก

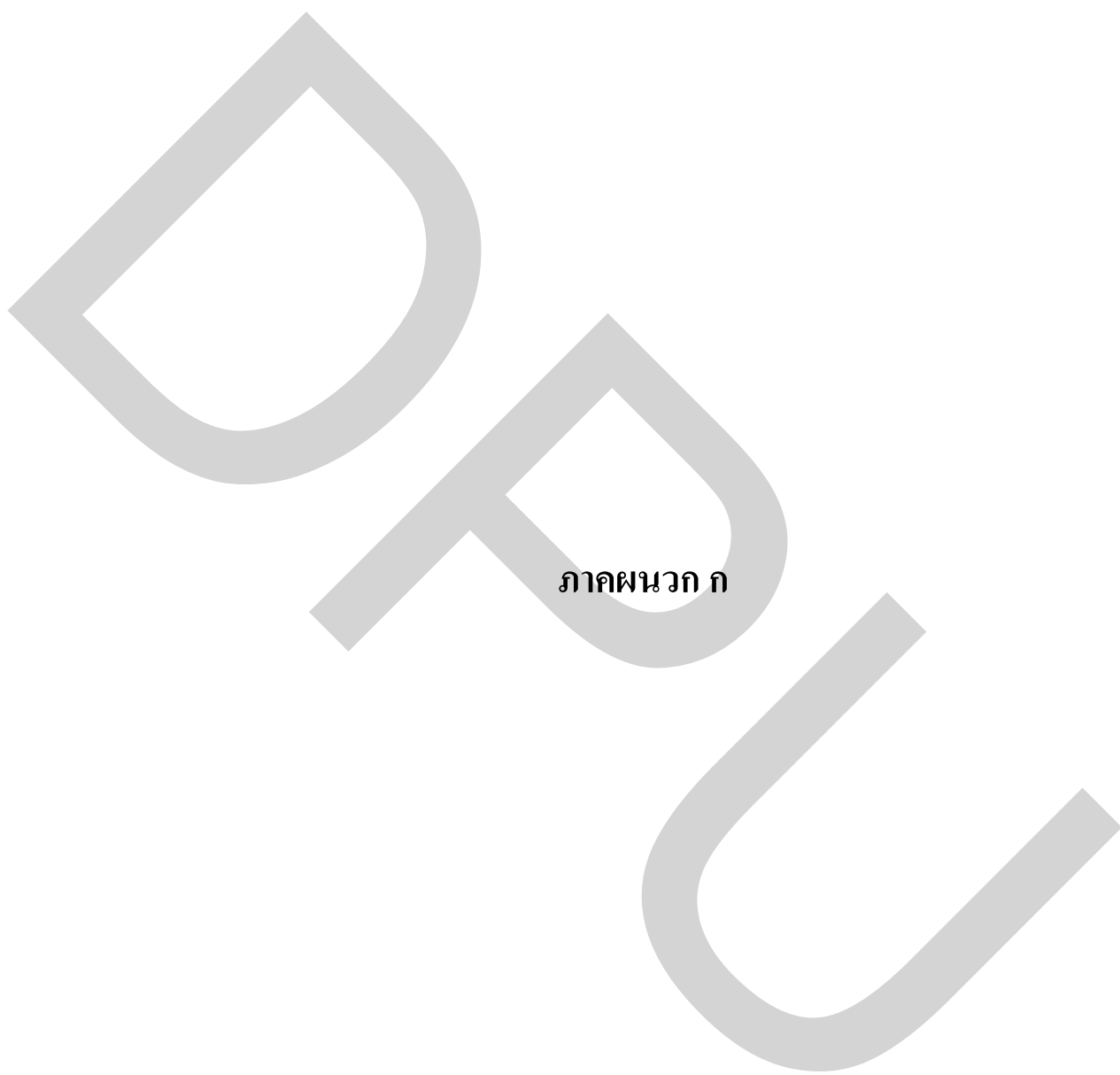
http://patrickz.eu.org/content/dCOOL_News.htm.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย . โทรศัพท์เคลื่อนที่ : บริการเสริม...ปัจจัยผลักดันสู่ 3G. (2549). สืบค้นเมื่อ

15 ตุลาคม 2549 , จาก <http://library.dip.go.th/multim5/edoc/15675.pdf>.

รูป

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

คำชี้แจง

- วัตถุประสงค์ของแบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Value Added Service:VAS) หมายถึงบริการนอกจากบริการหลักด้านการติดต่อสนทนาทางเสียง
- แบบสอบถามนี้มี 4 ตอนคือ
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล
ตอนที่ 2 ลักษณะการใช้บริการเสริม
ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นข้อเสนอแนะและปัญหาจากการใช้บริการเสริม
- กรุณาตอบแบบสอบถามตรงความเป็นจริง และตอบให้ครบทุกข้อ
- สำหรับข้อมูลของท่านที่ได้ตอบในแบบสอบถามนี้ จะนำไปใช้ประโยชน์ต่อการวิจัยในเชิงวิชาการ ซึ่งจะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อท่าน โดยผู้วิจัยจะรักษาเป็นความลับไม่นำไปเผยแพร่

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้

นายประเสริฐ แซ่อึ้ง

นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการโทรคมนาคม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงใน ☐ หน้าข้อความที่เป็นจริง

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. คณะศีกษา ☐ 1. คณะบริหารธุรกิจ ☐ 2. คณะบัญชี
☐ 3. คณะเศรษฐศาสตร์ ☐ 4. คณะนิเทศศาสตร์
☐ 5. คณะนิติศาสตร์ ☐ 6. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์
☐ 7. คณะศิลปกรรมศาสตร์ ☐ 8. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
☐ 9. คณะวิศวกรรมศาสตร์

3. ชั้นปีการศึกษา ☐ 1. ชั้นปีที่ 1 ☐ 2. ชั้นปีที่ 2
☐ 3. ชั้นปีที่ 3 ☐ 4. ชั้นปีที่ 4

4. รายได้ของนักศึกษาต่อเดือน ☐ 1. ต่ำกว่า 3,000 บาท ☐ 2. 3,001 – 4,000 บาท
☐ 3. 4,001 – 5,000 บาท ☐ 4. 5,001 – 6,000 บาท
☐ 5. มากกว่า 6,000 บาท

ตอนที่ 2 ลักษณะการใช้บริการเสริม

1. ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ท่านใช้

☐ 1. AIS ☐ 2. DTAC ☐ 3. DPC 1800
☐ 4. True Move ☐ 5. Thai Mobile ☐ 6. HUTCH

2. บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านบันเทิง ที่ท่านรู้จัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. การดาวน์โหลดริงโทน ☐ 2. การดาวน์โหลดรูปภาพ
☐ 3. การดาวน์โหลดเกมส์ ☐ 4. การดาวน์โหลดเพลง
☐ 5. การโหวตให้คะแนนตามในรายการโทรทัศน์
☐ 6. การร่วมส่งความคิดเห็นในรายการโทรทัศน์
☐ 7. อื่น ๆ ระบุ.....

3. บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านบริการติดต่อสื่อสาร ที่ท่านรู้จัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. การบริการรับส่งข้อความสั้น (Short Message Service : SMS)
- ☐ 2. การบริการส่งภาพเคลื่อนไหว (Multimedia Message service : MMS)
- ☐ 3. บริการฝากข้อความด้วยเสียง (Voice Mail Box)
- ☐ 4. อื่น ๆ ระบุ.....

4. บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านกีฬา ที่ท่านรู้จัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. รายงานผลฟุตบอล
- ☐ 2. รายงานตารางการแข่งขันและผลการแข่งขันกีฬา
- ☐ 3. ข่าวกีฬา
- ☐ 4. ทายปัญหา
- ☐ 5. อื่น ๆ ระบุ.....

5. บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านไลฟ์สไตล์ ที่ท่านรู้จัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. พยากรณ์ดวงชะตาชีวิต
- ☐ 2. ข่าวบันเทิง
- ☐ 3. จดบัตรชมภาพยนตร์
- ☐ 4. อื่น ๆ ระบุ.....

6. บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านข้อมูลข่าวสาร ที่ท่านรู้จัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. รับแจ้งข่าวด่วนและเหตุการณ์สำคัญ
- ☐ 2. แจ้งราคาน้ำมัน
- ☐ 3. ข่าวหุ้น e-banking
- ☐ 4. รายงานราคาหุ้นผ่านมือถือ
- ☐ 5. รายงานข่าวเศรษฐกิจ
- ☐ 6. อื่น ๆ ระบุ.....

7. เหตุผลที่ท่านใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. เพื่อความทันสมัย | ☐ 2. สามารถใช้บริการได้ง่าย |
| ☐ 3. อัตราค่าบริการไม่แพง | ☐ 4. เพื่อการลุ้นรับรางวัล |
| ☐ 5. ติดต่อสนทนากับเพื่อน | ☐ 6. อยากทราบข่าวสารข้อมูล |
| ☐ 7. เพื่อความบันเทิง | ☐ 8. อื่น ๆ ระบุ..... |

8. บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านใดที่ท่านพอใจ**มากที่สุด**

- ☐ 1. ด้านบันเทิง เพราะ.....
- ☐ 2. ด้านบริการติดต่อสื่อสาร เพราะ.....
- ☐ 3. ด้านกีฬา เพราะ.....
- ☐ 4. ด้านไลฟ์สไตล์ เพราะ.....
- ☐ 5. ด้านข้อมูลข่าวสาร เพราะ.....

9. บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านใดที่ท่านพอใจ**น้อยที่สุด**

- ☐ 1. ด้านบันเทิง เพราะ.....
- ☐ 2. ด้านบริการติดต่อสื่อสาร เพราะ.....
- ☐ 3. ด้านกีฬา เพราะ.....
- ☐ 4. ด้านไลฟ์สไตล์ เพราะ.....
- ☐ 5. ด้านข้อมูลข่าวสาร เพราะ.....

10. ช่วงเวลาที่ท่านใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่

- ☐ 1. 06.01-12.00 น.
- ☐ 2. 12.01-18.00 น.
- ☐ 3. 18.01-24.00 น.
- ☐ 4. 00.01-06.00 น.

11. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่เดือนละ

- ☐ 1. ไม่เกิน 500 บาท
- ☐ 2. 501 – 700 บาท
- ☐ 3. 701 – 1,000 บาท
- ☐ 4. 1,001 – 1,500 บาท
- ☐ 5. 1,501 – 2,500 บาท
- ☐ 6. มากกว่า 2,500 บาท

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริง ตามการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของท่านว่ามีการใช้มากน้อยเพียงใดใน 1 เดือน โดยที่

- 5 หมายถึง มีการใช้บริการเสริมดังกล่าว มากกว่า 20 ครั้ง/เดือน
- 4 หมายถึง มีการใช้บริการเสริมดังกล่าว 16-20 ครั้ง/เดือน
- 3 หมายถึง มีการใช้บริการเสริม 10-15 ครั้ง/เดือน
- 2 หมายถึง มีการใช้บริการเสริมดังกล่าว น้อยกว่า 10 ครั้ง/เดือน
- 1 หมายถึง ไม่เคยใช้บริการเสริมดังกล่าวเลย

บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อย ที่สุด 2	ไม่เคย ใช้ 1
ด้านบันเทิง					
1. การดาวน์โหลดริงโทน					
2. การดาวน์โหลดรูปภาพ					
3. การดาวน์โหลดเกมส์					
4. การดาวน์โหลดเพลง					
5. การโหวตให้คะแนนตามในรายการโทรทัศน์					
6. การร่วมส่งความคิดเห็นในรายการโทรทัศน์					
7. อื่น ๆ ระบุ.....					
ด้านบริการติดต่อสื่อสาร					
8. การบริการรับส่งข่าวสั้น					
9. การบริการส่งภาพเคลื่อนไหว					
10. บริการฝากข้อความด้วยเสียง					
11. อื่น ๆ					
ด้านกีฬา					
12. รายงานผลฟุตบอล					
13. รายงานตารางการแข่งขันและผลการแข่งขันกีฬา					
14. ข่าวกีฬา					
15. ทายปัญหา					
16. อื่น ระบุ.....					
ด้านไลฟ์สไตล์					
17. พยากรณ์ดวงชะตาชีวิต					
18. ข่าวบันเทิง					
19. จองบัตรชมภาพยนตร์					
20. อื่น ๆ					

บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อย ที่สุด 2	ไม่เคย ใช้ 1
ด้านข้อมูลข่าวสาร					
21. รับแจ้งข่าวด่วนและเหตุการณ์สำคัญ					
22. แจ้งราคาน้ำมัน					
23. ข่าวหุ้น e-banking					
24. รายงานราคาหุ้นผ่านมือถือ					
25. รายงานข่าวเศรษฐกิจ					
26. อื่น ๆ ระบุ.....					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและปัญหาจากการใช้บริการเสริม

.....

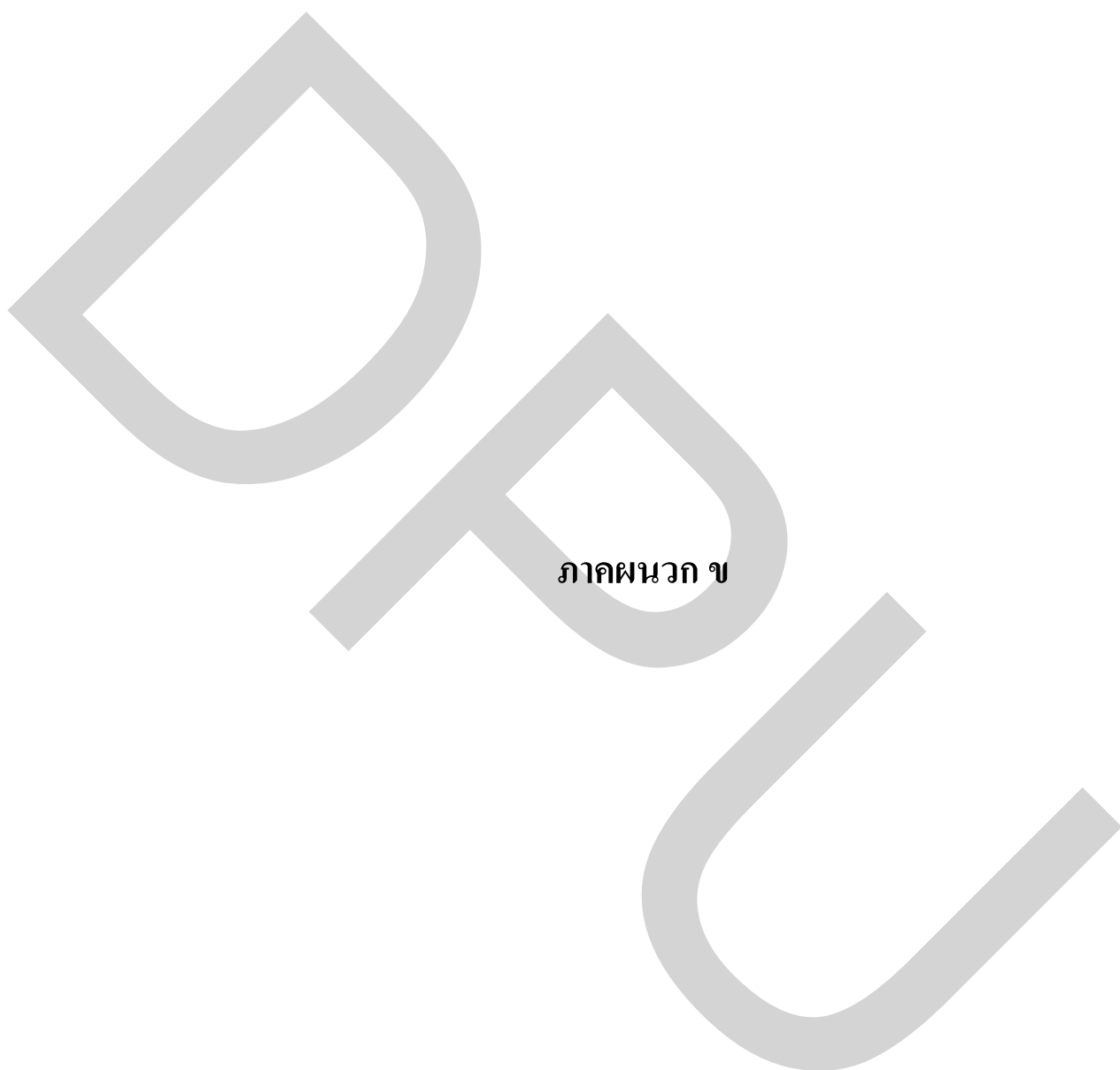
.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

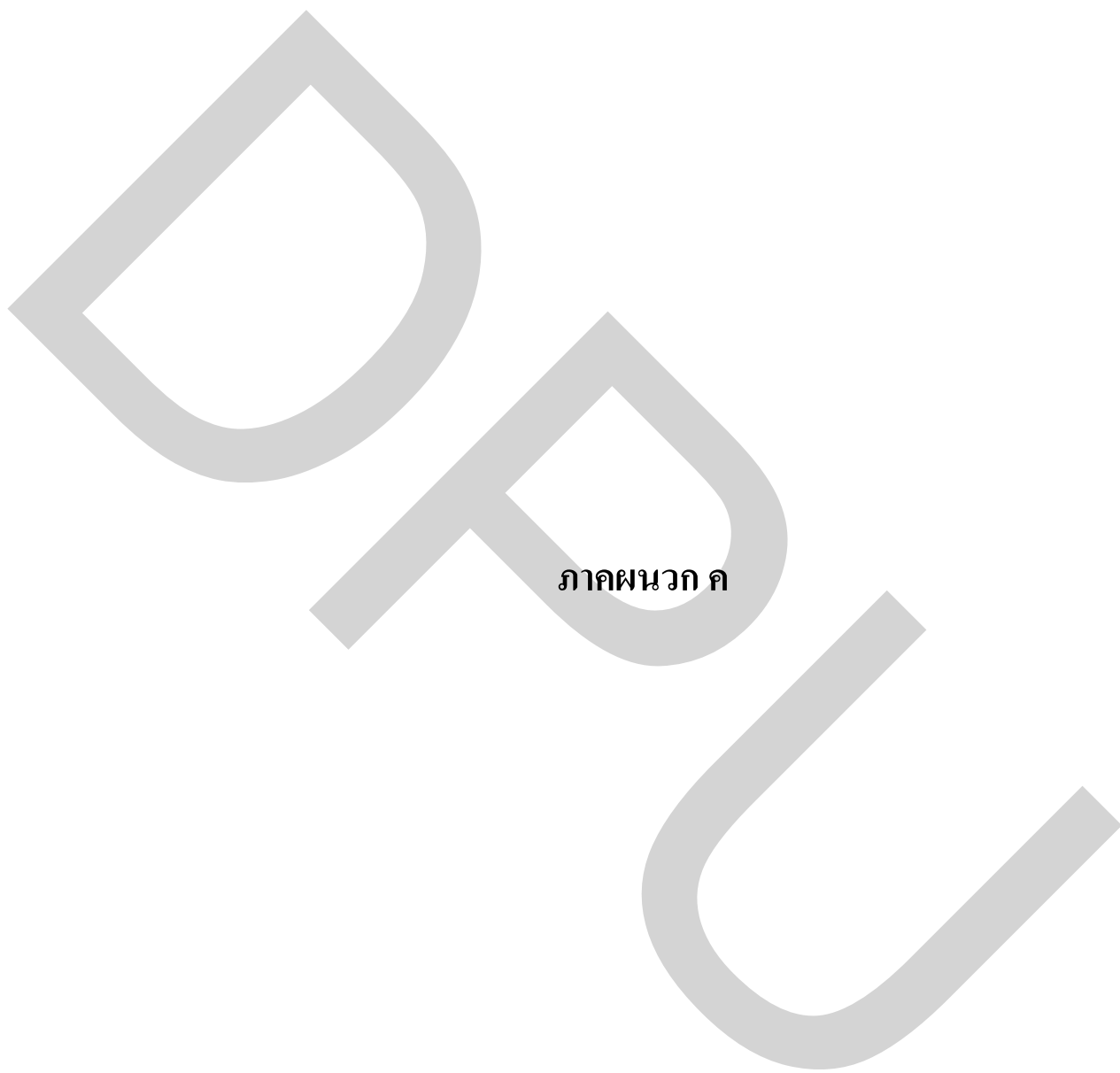
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
บันเทิง1	50.6000	364.3862	.7455	.9616
บันเทิง2	50.5333	358.1885	.7829	.9610
บันเทิง3	50.7333	353.4437	.8425	.9603
บันเทิง4	50.4000	355.2138	.7172	.9618
บันเทิง5	50.8000	354.1655	.8164	.9606
บันเทิง6	50.6333	366.6540	.6078	.9629
ติดต่อ8	50.2000	366.2345	.6454	.9625
ติดต่อ9	50.3667	356.7920	.7835	.9610
ติดต่อ10	50.3333	355.8851	.7884	.9609
กีฬา12	50.4333	353.8402	.7576	.9613
กีฬา13	50.5000	347.2241	.8742	.9598
กีฬา14	50.5667	356.8747	.7563	.9613
กีฬา15	50.5333	356.3954	.7664	.9612
ไลฟ์17	50.4667	360.1195	.6868	.9621
ไลฟ์18	50.3667	362.0333	.7019	.9619
ไลฟ์19	50.4667	360.6713	.7679	.9612
ข่าว21	49.9333	372.2023	.4237	.9652
ข่าว22	50.6000	370.3862	.5699	.9632
ข่าว23	50.7333	355.0989	.7875	.9609
ข่าว24	50.9333	356.0644	.8410	.9604
ข่าว25	50.5333	357.0161	.7203	.9617

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 21

Alpha = .9634



ภาคผนวก ค

วันที่ 24 มกราคม 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท

เรียน ดร.พีรเดช ฌ น่าน

ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ CDMA บริษัท กสท โทรคมนาคม (มหาชน) จำกัด

ด้วยนายประเสริฐ แซ่ฮึง เลขทะเบียน 48554-0017 นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์” โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. บงการ หอมนาน

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่จะขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์เรื่องดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะเป็นพระคุณยิ่ง

(นอ.ดร.วีระชัย เชาว์กำเนิด)

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

บัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

โทร. 02-9547300 ต่อ 681, 691

(นายประเสริฐ แซ่ฮึง, 081-5146455)

วันที่ 24 มกราคม 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท

เรียน ดร.ราชนัย เหล็กกล้า

ผู้จัดการด้านวิศวกรรม บริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย

ด้วยนายประเสริฐ แซ่เอ็ง เลขทะเบียน 48554-0017 นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. บงการ หอมนาน

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่จะขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์เรื่องดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะเป็นพระคุณยิ่ง

(นอ.ดร.วีระชัย เชาว์กำเนิด)

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

บัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

โทร. 02-9547300 ต่อ 681, 691

(นายประเสริฐ แซ่เอ็ง, 081-5146455)

วันที่ 24 มกราคม 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท

เรียน คุณชูเกียรติ วัฒนากุล

ผู้อำนวยการสำนักปฏิบัติการโครงการ บริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิสจำกัด (มหาชน)

ด้วยนายประเสริฐ แซ่เอ็ง เลขทะเบียน 48554-0017 นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์” โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. บงการ หอมนาน

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่จะขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์เรื่องดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะเป็นพระคุณยิ่ง

(นอ.ดร.วีระชัย เชาว์กำเนิด)

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

บัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

โทร. 02-9547300 ต่อ 681, 691

(นายประเสริฐ แซ่เอ็ง, 081-5146455)

วันที่ 24 มกราคม 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท

เรียน คุณนวัตร ประสิทธิ์วรนนท์

ผู้อำนวยการสำนักปฏิบัติการสนับสนุน บริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิสเซส์ จำกัด (มหาชน)

ด้วยนายประเสริฐ แซ่เอ็ง เลขทะเบียน 48554-0017 นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์” โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. บงการ หอมนาน

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่จะขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์เรื่องดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะเป็นพระคุณยิ่ง

(นอ.ดร.วีระชัย เชาว์กำเนิด)

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

บัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

โทร. 02-9547300 ต่อ 681, 691

(นายประเสริฐ แซ่เอ็ง, 081-5146455)

วันที่ 24 มกราคม 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท

เรียน คุณสมโภช พานทอง

ผู้จัดการส่วนวิศวกรรมระบบชุมสาย ฝ่ายเครือข่ายไร้สาย CDMA

บริษัท กสท โทรคมนาคม (มหาชน) จำกัด

ด้วยนายประเสริฐ แซ่ฮึ้ง เลขทะเบียน 48554-0017 นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. บงการ หอมนาน

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่จะขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์เรื่องดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะเป็นพระคุณยิ่ง

(นอ.ดร.วีระชัย เชาว์กำเหนิด)

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

บัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

โทร. 02-9547300 ต่อ 681, 691

(นายประเสริฐ แซ่ฮึ้ง, 081-5146455)

ชื่อนามสกุล

ประวัติการศึกษา

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

ประวัติผู้เขียน

นายประเสริฐ แซ่อึ้ง

ครุศาสตร์อุตสาหกรรมสาขาไฟฟ้า-สื่อสาร

สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล 2538

นายช่างโทรคมนาคม 7

บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)