

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม และความคาดหวังการใช้บริการดาวนโหลดบนวีอพ (Wap) ของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่” ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เป็น 5 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่
- ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีอพ
- ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีอพ
- ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจและความคาดหวังต่อบริการดาวนโหลดบนวีอพ

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	142	35.5
หญิง	258	64.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.5 (N=400) และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 35.5

ตารางที่ 4.2
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
18 ปี	50	12.5
19 ปี	45	11.3
20 ปี	35	8.8
21 ปี	21	5.3
22 ปี	29	7.3
23 ปี	18	4.5
24 ปี	31	7.8
25 ปี	171	42.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ ส่วนใหญ่อายุ 25 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.8 อันดับต่อมา อายุ 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.3 อันดับต่อมาอายุ 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.3 อันดับต่อมาอายุ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.8 อันดับต่อมาอายุ 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.8 อันดับต่อมาอายุ 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.3 อันดับต่อมาอายุ 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.3 และอันดับสุดท้ายอายุ 23 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า	105	26.2
อนุปริญญา /ปวส. หรือเทียบเท่า	129	32.2
ปริญญาตรี	155	38.8
สูงกว่าปริญญาตรี	11	2.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ ส่วนใหญ่ การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38.8 อันดับต่อมาคือ การศึกษาระดับอนุปริญญา หรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 32.2 อันดับต่อมาคือ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่าคิดเป็นร้อยละ 26.2 และอันดับสุดท้ายคือ การศึกษาระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 5,000 บาท	78	19.5
5,001-10,000 บาท	219	54.8
10,001-15,000 บาท	88	22.0
มากกว่า 15,000 บาท	15	3.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ กลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีมากกว่าจำนวนครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 54.8 อันดับต่อมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.0 อันดับต่อมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.5 และอันดับสุดท้ายเป็นกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.8

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
GSM Advance	64	13.20
One-2-Call	142	29.28
DTAC	126	25.98
Happy	35	7.22
True Move รายเดือน	73	15.05
True Move เต็มเงิน	45	9.28
รวม	485	100

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ระบบ One-2-Call มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.28 อันดับต่อมาระบบ DTAC คิดเป็นร้อยละ 25.98 ต่อมาเป็นระบบ True Move รายเดือน คิดเป็นร้อยละ 15.05 ต่อมาเป็นระบบ GSM Advance คิดเป็นร้อยละ 13.20 ต่อมาเป็นระบบ True Move เต็มเงิน คิดเป็นร้อยละ 9.28 และอันดับสุดท้ายคือระบบ Happy คิดเป็นร้อยละ 7.22

ตารางที่ 4.6
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่
ที่ใช้ในปัจจุบัน

ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 5,000 บาท	144	36.0
5,001-10,000 บาท	133	33.3
10,001-15,000 บาท	108	27.0
มากกว่า 15,000 บาท	15	3.7
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบันราคาต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.0 อันดับต่อมา เป็นกลุ่มที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบันราคา 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 อันดับต่อมา เป็นกลุ่มที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบันราคา 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.0 และอันดับสุดท้ายเป็นกลุ่มที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบันราคามากกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตารางที่ 4.7
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการจ่ายค่าบริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน

ค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 300 บาท	88	22.0
300-500 บาท	106	26.5
501-1,000 บาท	191	47.8
มากกว่า 1,000 บาท	15	3.7
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนราคา 500-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.8 อันดับต่อมา เป็นกลุ่มที่มีค่าบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนราคา 300-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.5 อันดับต่อมา เป็นกลุ่มที่มีค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนราคาต่ำกว่า 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.0 และอันดับสุดท้ายเป็นกลุ่มที่มีค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนราคามากกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.7

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีอพ

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีอพ

การใช้บริการดาวนโหลดบนวีอพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1 ครั้ง/สัปดาห์	102	25.5
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	238	59.5
มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์	60	15.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ มีจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งมีการใช้บริการดาวนโหลดบนวีอพ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 59.5 อันดับต่อมาคือมากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 15.5 และสุดท้าย 1 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 25.5

ตารางที่ 4.9

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายค่าในการดาวนโหลดบนวีอพ

ค่าใช้จ่ายในการดาวนโหลดบนวีอพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
น้อยกว่า 50 บาท/สัปดาห์	66	16.5
51-100 บาท/สัปดาห์	143	35.7
101-150 บาท/สัปดาห์	163	40.8
มากกว่า 150 บาท/สัปดาห์	28	7.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ ส่วนใหญ่มีการจ่ายค่าบริการดาวนโหลดบนวีอพ 101-150 บาท/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 40.8 อันดับต่อมา 51-100 บาท/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 35.7 อันดับต่อมา น้อยกว่า 50บาท/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 16.5 และอันดับสุดท้าย มากกว่า 150 บาท/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4.10
แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามประเภทที่ดาวน์โหลดบนวีอพ

ประเภทที่ดาวน์โหลดบนวีอพ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยใช้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. บริการเสียงเรียกเข้า (Ringtone)									
- โมโน (Mono)	178 (44.5)	86 (21.5)	52 (13.0)	32 (8.0)	24 (6.0)	28 (7.0)	3.69	1.57	มาก
- โพลีโพนิก (Poly)	131 (32.8)	71 (17.8)	53 (13.3)	114 (28.5)	23 (5.8)	8 (2.0)	3.38	1.43	มาก
- ทรูโทน (Truetone)	144 (36.0)	87 (21.8)	73 (18.3)	50 (12.5)	25 (6.3)	21 (5.3)	3.53	1.49	มาก
2. บริการ Full Song เพลง เอ็มพี3 (MP3)	204 (51.0)	84 (21.0)	48 (12.0)	42 (10.5)	19 (4.8)	3 (0.8)	4.01	1.58	มากที่สุด
3. มิวสิควิดีโอ (MV)	155 (38.8)	57 (14.3)	71 (17.8)	71 (17.8)	29 (7.3)	17 (4.3)	3.47	1.52	มาก
4. คาราโอเกะ	141 (35.3)	110 (27.5)	62 (15.5)	39 (9.8)	31 (7.8)	17 (4.3)	3.60	1.45	มาก
5. บริการเสียงอื่นๆ นอกเหนือจากเสียงเพลง เช่น ธรรมชาติ เสียงช้าง ชน ฯลฯ	162 (40.5)	82 (20.5)	60 (15.0)	61 (15.3)	19 (4.8)	16 (4.0)	3.65	1.45	มาก
6. บริการเสียงเพลงรอสาย	184 (46.0)	131 (32.8)	14 (3.5)	56 (14.0)	14 (3.5)	1 (0.3)	4.03	1.72	มากที่สุด
7. บริการส่งเพลงให้เพื่อน	154 (38.5)	43 (10.8)	76 (19.0)	63 (15.8)	27 (6.8)	37 (9.3)	3.30	1.71	มาก
8. บริการเสียงเพลงขณะสนทนา	192 (48.0)	58 (14.8)	74 (18.5)	42 (10.5)	17 (4.3)	17 (4.3)	3.75	1.60	มาก
9. บริการภาพกราฟฟิค เช่น ภาพพื้นหลังหน้าจอ (Wallpaper) ภาพพิกหน้าจอ (Screensaver) ธีม (Theme) ฯลฯ	92 (23.0)	100 (25.0)	61 (15.3)	76 (19.0)	52 (13.0)	19 (4.8)	3.12	1.51	มาก
10. บริการดาวน์โหลดเกมส์	128 (32.0)	59 (14.8)	60 (15.0)	86 (21.5)	43 (10.8)	24 (6.0)	3.17	1.64	มาก
11. ดูดวง รายวัน รายปักษ์ รายปี	204 (51.0)	67 (16.8)	38 (9.5)	50 (12.5)	40 (10.0)	1 (0.3)	3.86	1.42	มาก

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ประเภทที่ดาวนิโหลดบนว็อพ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยใช้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
12. ตารางการแข่งขันกีฬา	209	69	30	44	30	18	3.83	1.55	มาก
ตรวจสอบผลการแข่งขัน	(52.3)	(17.3)	(7.5)	(11.0)	(7.5)	(4.5)			
13. ตรวจสอบรอบฉายภาพยนตร์	55	92	54	87	26	86	2.52	1.18	ปานกลาง
14. เคล็ดลับต่างๆ เช่น สุขภาพ เสริมความงาม	94	82	83	56	55	30	3.04	1.26	มาก
เมนูอาหาร	(23.5)	(20.5)	(20.8)	(14.0)	(13.8)	(7.5)			
15. บริการข่าวบันเทิง/วาไรตี้	149	71	47	60	50	23	3.29	1.83	มาก
(37.3)	(17.8)	(11.8)	(15.0)	(12.5)	(5.8)				
16. การรายงานข่าวเหตุการณ์ปัจจุบัน	155	50	81	55	17	42	3.37	1.67	มาก
(38.8)	(12.5)	(20.3)	(13.8)	(4.3)	(10.5)				
17. บริการรับส่งอีเมล (E-Mail)	182	75	26	50	19	48	3.52	1.77	มาก
(45.5)	(18.8)	(6.5)	(12.5)	(4.8)	(12.0)				
18. สร้างพื้นที่ส่วนตัว (Blog) บนโทรศัพท์เคลื่อนที่	203	67	44	51	13	22	3.83	1.50	มาก
(50.8)	(16.8)	(11.0)	(12.8)	(3.3)	(5.5)				
19. แสดงความคิดเห็นผ่าน wapboard	200	67	56	64	2	11	3.92	1.32	มาก
(50.0)	(16.8)	(14.0)	(16.0)	(0.5)	(2.8)				
รวม							3.53	1.01	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษา พบว่าการดาวนิโหลดบนว็อพอยู่ในระดับที่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) มีเพียง 1 ประเภทที่อยู่ในระดับปานกลางคือการดาวนิโหลดตรวจสอบรอบฉายภาพยนตร์ (ค่าเฉลี่ย 2.52) ส่วนมากที่สุด คือการดาวนิโหลดบริการเสียงเพลงรอสายอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวน์โหลดบนวีพ

ตารางที่ 4.11

แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการดาวน์โหลดบนวีพ (ปัจจัยส่วนบุคคล)

พฤติกรรมการใช้บริการดาวน์โหลดบนวีพ (ปัจจัยส่วนบุคคล)	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยใช้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. ดูข่าวสาร	92 (23.0)	100 (25.0)	61 (15.3)	76 (19.0)	52 (13.0)	19 (4.8)	3.12	1.67	มาก
2. คุณต้องการแสดงความเป็นตัวตนจากการใช้เสียงเรียกเข้า, ภาพพิกหน้าจอ ฯลฯ	149 (37.3)	71 (17.8)	47 (11.8)	60 (15.0)	50 (12.5)	23 (5.8)	3.29	1.57	มาก
3. คุณต้องการดาวน์โหลดเพลงไทยสากล และเพลงสากล	182 (45.5)	75 (18.8)	26 (6.5)	50 (12.5)	19 (4.8)	78 (19.5)	3.52	1.69	มาก
4. ดูมิวสิควิดีโอ	102 (25.5)	69 (17.3)	59 (14.8)	76 (19.0)	55 (13.8)	39 (9.8)	2.93	1.70	ปานกลาง
5. ร้องคาราโอเกะ	78 (19.5)	33 (8.3)	62 (15.5)	123 (30.8)	68 (17.0)	36 (9.0)	2.51	1.67	ปานกลาง
6. เล่นเกมส์ออนไลน์	100 (25.0)	48 (12.0)	48 (12.0)	99 (24.8)	60 (15.0)	45 (11.3)	2.66	1.91	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษา พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการดาวน์โหลดบนวีพที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.01) มี 3 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือ ข้อที่ 4 ดูมิวสิควิดีโอ (ค่าเฉลี่ย 2.39) ข้อที่ 5 การร้องคาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 2.51) และข้อที่ 6 การเล่นเกมออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 2.66) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือข้อที่ 3 การดาวน์โหลดเพลงไทยสากล และเพลงสากล (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ตารางที่ 4.12
แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
พฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีเอฟ
(ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม)

พฤติกรรมการใช้บริการ ดาวนโหลดบนวีเอฟ (ปัจจัยด้านสังคมและ วัฒนธรรม)	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความ หมาย
1. คุณใช้บริการดาวน โหลดเพื่อแสดงให้เห็น ว่าตนเองมีความ ทันสมัย	118 (29.5)	61 (15.3)	75 (18.8)	81 (20.3)	44 (11.0)	21 (5.3)	3.17	1.78	มาก
2. คุณใช้เพราะ ครอบครัว เพื่อน หรือ คนใกล้ชิดแนะนำ	95 (23.8)	71 (17.8)	59 (14.8)	102 (25.5)	52 (13.0)	21 (5.3)	2.97	1.52	ปาน กลาง
3. คุณใช้เพราะบุคคลที่มี ชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง	91 (22.8)	44 (11.0)	54 (13.5)	68 (17.0)	79 (19.8)	64 (16.0)	2.52	1.55	ปาน กลาง
4. คุณใช้เพราะเพื่อให้ เข้ากับกลุ่มเพื่อนๆ ได้ และให้เป็นที่ยอมรับ ของสังคม	78 (19.5)	68 (17.0)	82 (20.5)	107 (26.8)	28 (7.0)	37 (9.3)	2.88	1.57	ปาน กลาง
รวม							2.88	1.32	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษา พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีเอฟที่เป็นปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.88) มีเพียง 2 ข้อเท่านั้นที่มีค่าเฉลี่ยที่น้อยกว่า/เท่ากับค่าเฉลี่ยรวม คือ ข้อที่ 3 การใช้เพราะบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง (ค่าเฉลี่ย 2.52) และข้อที่ 4 คุณใช้เพราะเพื่อให้เข้ากับกลุ่มเพื่อนๆ ได้ และให้เป็นที่ยอมรับของสังคม (ค่าเฉลี่ย 2.88) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือข้อที่ 1 การใช้บริการดาวนโหลดเพื่อแสดงให้เห็นว่าตนเองมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ตารางที่ 4.13
แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
พฤติกรรมการใช้บริการดาวน์โหลดบนวีเอฟ
(ปัจจัยด้านการตลาด)

พฤติกรรมการใช้บริการ ดาวน์โหลดบนวีเอฟ (ปัจจัยด้านการตลาด)	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความ หมาย
1. ใช้บริการเสริมในด้านใด									
บริการเสียงเรียกเข้า (Ringtone)									
- โมโน (Mono)	104 (26.0)	59 (14.8)	76 (19.0)	75 (18.8)	38 (9.5)	48 (12.0)	2.91	1.89	ปาน กลาง
- โพลีโฟนิก (Poly)	104 (26.0)	78 (19.5)	94 (23.5)	60 (15.0)	38 (9.5)	26 (6.5)	2.98	1.74	ปาน กลาง
- ทูโทน(Truetone)	137 (34.3)	30 (7.5)	71 (17.8)	69 (16.0)	46 (11.5)	45 (11.3)	3.04	1.79	มาก
บริการ Full Songเพลง เอ็มพี3 (MP3)	178 (44.5)	65 (16.3)	55 (13.8)	35 (8.8)	53 (13.3)	6 (1.5)	3.73	1.61	มาก
มิวสิควีดีโอ (MV)	222 (55.5)	29 (7.3)	13 (3.3)	52 (13.0)	44 (11.0)	40 (10.0)	3.53	1.74	มาก
บริการเสียงอื่นๆ นอกเหนือจาก เสียงเพลง เช่น ธรรมชาติ เสียงช้างชัน ฯลฯ	177 (44.3)	59 (14.8)	53 (13.3)	55 (13.8)	33 (8.3)	23 (5.8)	3.52	2.06	มาก
บริการเสียงเพลง รอสาย	132 (33.0)	76 (19.0)	67 (16.8)	61 (15.3)	34 (8.5)	30 (7.5)	3.31	1.59	มาก
บริการส่งเพลงให้เพื่อน	56 (14.0)	61 (15.3)	74 (18.5)	82 (20.5)	77 (19.3)	50 (12.5)	2.47	1.61	ปาน กลาง
บริการเสียงเพลงขณะ สนทนา	163 (40.8)	48 (12.0)	63 (15.8)	41 (10.3)	64 (16.0)	21 (4.3)	3.30	1.86	มาก
บริการภาพกราฟฟิก เช่น ภาพพื้นหลัง หน้าจอ (Wallpaper) ภาพพิกหน้าจอ (Screensaver) ธีม	134 (33.5)	42 (10.5)	78 (19.5)	85 (21.3)	36 (9.0)	25 (6.3)	3.20	1.59	มาก

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการ ดาว์นโหลดบนวีอพีพี (ปัจจัยด้านการตลาด)	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความ หมาย
บริการดาว์นโหลดเกมส์	126 (31.5)	81 (20.3)	32 (8.0)	82 (20.5)	60 (15.0)	19 (4.8)	3.19	1.63	มาก
ตารางการแข่งขันกีฬา ตรวจสอบผลการ แข่งขัน	170 (42.5)	75 (18.8)	44 (11.0)	74 (18.5)	19 (4.8)	18 (4.5)	3.61	1.55	มาก
ตรวจสอบรอบฉาย ภาพยนตร์	49 (12.3)	59 (14.8)	53 (13.3)	90 (22.5)	87 (21.8)	62 (15.5)	2.27	1.43	ปาน กลาง
เคล็ดลับต่างๆ เช่น สุขภาพ เสริมความงาม เมนูอาหาร	181 (46.5)	65 (16.3)	55 (13.8)	35 (8.8)	53 (13.3)	6 (1.5)	3.67	1.62	มาก
บริการข่าวบันเทิง/ วาไรตี้	125 (31.3)	69 (17.3)	77 (19.3)	47 (11.8)	60 (15.0)	22 (5.5)	3.22	1.61	มาก
การรายงานข่าว เหตุการณ์ ปัจจุบัน	38 (9.5)	76 (19.0)	87 (21.8)	81 (20.3)	40 (10.0)	78 (19.5)	2.61	1.73	ปาน กลาง
บริการรับส่งอีเมลล์ (E-Mail)	67 (16.8)	72 (18.0)	72 (18.0)	121 (30.3)	39 (9.8)	29 (7.3)	2.80	1.63	ปาน กลาง
สร้างพื้นที่ส่วนตัว (Blog) บนโทรศัพท์	92 (23.0)	53 (13.3)	72 (18.0)	122 (30.5)	28 (7.0)	33 (8.3)	2.89	1.58	ปาน กลาง
2. คุณใช้บริการดาว์น โหลดเพราะราคา ค่าบริการมีความ เหมาะสม	82 (20.5)	117 (29.3)	72 (18.0)	67 (16.8)	49 (12.3)	13 (3.3)	3.20	1.42	มาก
3. ลักษณะ Wap มีสีสัน ภาพ และมีกร จัดรูปแบบที่ดี	77 (19.3)	94 (23.5)	99 (24.8)	82 (20.5)	29 (7.3)	19 (4.8)	3.13	1.38	มาก
4. กิจกรรมส่งเสริมการขาย ได้แก่ ลด แลก แจก แถม	99 (24.8)	69 (17.3)	47 (11.8)	101 (25.3)	49 (12.3)	35 (8.8)	2.91	1.64	ปาน กลาง
5. เพราะวิธีการดาว์น โหลดเข้าใจได้ง่าย	189 (47.3)	64 (16.0)	45 (11.3)	51 (12.8)	30 (7.5)	21 (5.3)	3.68	4.61	มาก
6. โฆษณาที่ทำให้คุณ ตัดสินใจดาว์นโหลด โฆษณานบนไปปลิว ผ่านพ๊อปที่แจก	131 (32.8)	56 (14.0)	65 (16.3)	59 (14.8)	55 (13.8)	34 (8.5)	3.11	1.62	มาก

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการ ดาวน์โหลดบนวีโอพีพี (ปัจจัยด้านการตลาด)	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความ หมาย
นิตยสารบันเทิง เช่น ทีวีพูล Gossip Star	182 (45.5)	85 (21.3)	34 (8.5)	30 (7.5)	54 (13.5)	15 (3.8)	3.66	1.46	มาก
นิตยสารของยูบีซี	88 (22.0)	79 (19.8)	62 (15.5)	75 (18.8)	59 (14.8)	37 (9.3)	2.32	1.57	ปาน กลาง
หนังสือพิมพ์ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์	76 (19.0)	60 (15.0)	66 (16.5)	91 (22.8)	59 (14.8)	48 (12.0)	2.57	1.82	ปาน กลาง
หนังสือพิมพ์บันเทิง เช่น ดาราเดลี, สยามดารา	101 (25.3)	37 (9.3)	73 (18.3)	111 (27.8)	33 (8.3)	45 (11.3)	2.81	1.67	ปาน กลาง
อินเทอร์เน็ต	113 (28.3)	36 (9.0)	68 (17.0)	57 (14.3)	40 (10.0)	86 (21.5)	2.67	1.89	ปาน กลาง
รวม							3.08	1.08	มาก

จากตารางที่ 4.13 ผลการศึกษา พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการดาวน์โหลดบนวีโอพีพีที่เป็นปัจจัยด้านการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.08) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและมีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือ การบริการ Full Song เพลง เอ็มพี3 (MP3) ซึ่งอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ต่อมาคือวิธีการดาวน์โหลดเข้าใจได้ง่ายซึ่งอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือการตรวจสอบรอบฉายภาพยนตร์ (ค่าเฉลี่ย 2.27)

ตารางที่ 4.14

แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีอพี

พฤติกรรมการใช้บริการ ดาวนโหลดบนวีอพี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
ปัจจัยส่วนบุคคล	3.01	1.33	มาก
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	2.88	1.32	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการตลาด	3.08	1.08	มาก
รวม	2.99	1.05	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 ผลการศึกษา พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีอพี โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) ซึ่งปัจจัยด้านการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับที่มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.08) ต่อมาเป็นปัจจัยส่วนบุคคลมีค่าเฉลี่ยในระดับที่มากที่สุดเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 3.01) และสุดท้ายคือปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.88)

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจและความคาดหวังต่อบริการดาวนโหลดบนวีเอฟ

ตารางที่ 4.15

แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ความพึงพอใจและความคาดหวังต่อบริการดาวนโหลดบนวีเอฟ

ความพึงพอใจและความ คาดหวังต่อบริการ ดาวนโหลดบนวีเอฟ	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความ หมาย
1. คุณพอใจกับบริการด้าน									
-บริการเสียงเรียกเข้า (Ringtone)									
-โมโน (Mono)	144 (36.0)	61 (15.3)	44 (11.0)	68 (17.0)	47 (11.8)	36 (9.0)	3.20	1.73	มาก
-โพลีโฟนิก (Poly)	126 (31.5)	92 (23.0)	62 (15.5)	59 (14.8)	40 (10.0)	21 (5.3)	3.36	1.54	มาก
-ทรูโทน (Truetone)	98 (24.5)	61 (15.3)	116 (11.5)	97 (24.3)	64 (16.0)	34 (8.5)	2.79	1.77	ปาน กลาง
-บริการ Full Song เพลง เอ็มพี3 (MP3)	44 (11.0)	70 (17.5)	78 (19.5)	90 (22.5)	66 (16.5)	52 (13.0)	2.42	1.54	ปาน กลาง
-มิวสิควีดีโอ (MV)	83 (20.8)	57 (14.3)	90 (22.5)	89 (22.3)	54 (13.5)	27 (6.8)	2.87	1.52	ปาน กลาง
-คาราโอเกะ	91 (22.8)	72 (18.0)	82 (20.5)	94 (23.5)	31 (7.8)	30 (7.5)	3.02	1.52	มาก
-บริการเสียงอื่นๆ นอกเหนือจาก เสียงเพลง เช่น ธรรมชาติ เสียงข่าวสั้น ฯลฯ	100 (25.0)	110 (27.5)	31 (7.8)	86 (21.5)	45 (11.3)	28 (7.0)	3.01	1.94	มาก
-บริการเสียงเพลงร่อ สาย	38 (9.5)	48 (12.0)	59 (14.8)	99 (24.8)	74 (18.5)	82 (20.5)	2.08	1.62	น้อย
-บริการส่งเพลงให้ เพื่อน	67 (16.8)	67 (16.8)	51 (12.8)	55 (13.8)	92 (23.0)	68 (17.0)	2.22	1.92	ปาน กลาง
-บริการเสียงเพลงขณะ สนทนา	112 (28.0)	69 (17.3)	54 (13.5)	49 (12.3)	54 (13.5)	62 (15.5)	2.88	1.82	ปาน กลาง

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ความพึงพอใจและความ คาดหวังต่อบริการ ดาวน์โหลดบนว็อล์ฟ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความ หมาย
-บริการภาพกราฟฟิค เช่น ภาพพื้นหลัง หน้าจอ (Wallpaper), ภาพพักหน้าจอ (Screensaver) ธีม	69 (17.3)	73 (18.3)	65 (16.3)	83 (20.8)	57 (14.3)	53 (13.3)	2.55	1.75	ปาน กลาง
-บริการดาวน์โหลด เกมส์	85 (20.8)	79 (19.8)	54 (13.5)	63 (15.8)	67 (16.8)	52 (13.0)	2.70	1.78	ปาน กลาง
-ตารางการแข่งขันกีฬา ตรวจสอบผลการ แข่งขัน	120 (30.0)	68 (17.0)	66 (16.5)	79 (19.8)	26 (6.5)	41 (10.3)	3.14	1.65	มาก
-ตรวจสอบรอบฉาย ภาพยนตร์	118 (29.5)	109 (27.3)	62 (15.8)	63 (15.8)	22 (5.5)	26 (6.5)	3.40	1.50	มาก
-บริการข่าวบันเทิง /วาไรตี้	109 (27.3)	65 (16.3)	65 (16.3)	70 (17.5)	57 (14.3)	34 (8.5)	3.00	1.66	มาก
-การรายงานข่าว เหตุการณ์ปัจจุบัน	106 (26.5)	67 (16.8)	40 (10.0)	86 (21.5)	50 (12.5)	51 (12.8)	2.85	1.75	ปาน กลาง
-บริการรับส่งอีเมลล์ (E-Mail)	144 (36.0)	88 (22.0)	23 (5.8)	52 (13.0)	61 (15.)	32 (8.0)	3.16	1.91	มาก
-สร้างพื้นที่ส่วนตัว (Blog) บนโทรศัพท์	12 (3.0)	76 (19.0)	72 (18.0)	94 (23.5)	73 (18.3)	73 (18.3)	2.11	1.49	ปาน กลาง
2. คุณพอใจราคาค่าบริการ	74 (18.5)	88 (22.0)	73 (18.3)	99 (24.8)	41 (10.3)	25 (6.3)	2.95	1.47	ปาน กลาง
3. คุณพอใจลักษณะ Wap ที่มีสีสัน ภาพ และมีการ จัดรูปแบบที่ดี	66 (16.5)	48 (12.0)	51 (12.8)	133 (33.3)	75 (18.8)	27 (6.8)	2.54	1.50	ปาน กลาง
4. กิจกรรมส่งเสริมการขาย ได้แก่ ลด แลก แจก แถม	273 (68.3)	24 (6.0)	26 (6.5)	48 (12.0)	13 (3.3)	16 (4.0)	4.06	1.57	มาก ที่สุด
5. เพราะวิธีการดาวน์โหลด เข้าใจได้ง่าย	135 (33.8)	71 (17.8)	73 (18.3)	80 (20.0)	22 (5.5)	19 (4.8)	3.42	1.45	มาก

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ความพึงพอใจและความ คาดหวังต่อบริการ ดาวนโหลดบนวีเอฟ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความ หมาย
6. คุณพอใจโฆษณาต่างๆ อย่างไร									
- โฆษณานบนใบปลิว แผ่นพับที่แจก	40 (10.0)	49 (12.3)	56 (14.0)	126 (31.5)	68 (17.0)	61 (15.3)	2.19	1.53	ปาน กลาง
- นิตยสารบันเทิง เช่น ทีวีพูล, Gossip Star	14 (3.5)	89 (22.3)	71 (17.8)	115 (28.8)	72 (18.0)	39 (9.8)	2.36	1.35	ปาน กลาง
- นิตยสารของยูบีซี	87 (21.8)	57 (14.3)	56 (14.0)	108 (27.0)	37 (9.3)	55 (13.8)	2.22	2.18	ปาน กลาง
- หนังสือพิมพ์ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์	44 (11.0)	76 (19.0)	77 (19.3)	117 (29.3)	49 (12.3)	37 (9.3)	2.60	1.44	ปาน กลาง
- หนังสือพิมพ์บันเทิง เช่น ดาราเดลี สยามดารา	63 (15.8)	57 (14.3)	64 (16.0)	111 (27.8)	65 (16.3)	40 (10.0)	2.47	1.66	ปาน กลาง
- อินเทอร์เน็ต	59 (14.8)	33 (8.3)	66 (16.5)	91 (22.8)	82 (20.5)	69 (17.3)	2.23	1.63	ปาน กลาง
			รวม				2.77	0.97	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.15 ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจและความคาดหวังต่อบริการดาวนโหลดบนวีเอฟ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77) และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจและคาดหวังในกิจกรรมส่งเสริมการขาย ได้แก่ อด แลก แจก แถม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา เป็นเพราะวิธีการดาวนโหลดที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.42) ส่วนข้อที่มีความความพึงพอใจและความคาดหวังต่อบริการ ดาวนโหลดบนวีเอฟน้อยที่สุด คือ บริการเสียงเพลงรอสาย (ค่าเฉลี่ย 2.08)

ตารางที่ 4.16

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
ข้อเสนอแนะด้านระบบ	7	1.8
- อยากให้ค่าโทรถูกทุกเครือข่าย	9	2.3
- อยากให้เล่น วิวพ ได้เร็วมากขึ้น	2	0.5
- การดาวน์โหลดทางอินเทอร์เน็ตไม่ดีและบางครั้งติดไวรัส	1	0.3
- อยากให้มีการแจ้งที่มาของรายจ่าย ราคาที่ชัดเจน	1	0.3
ข้อเสนอแนะด้านรูปแบบ		
- ควรมีการจัดรูปแบบที่ชัดเจน	2	0.5
- ภาพที่โฆษณาควรจะเหมือนที่ดาวน์โหลด	2	0.5
- อยากให้มีเพลงที่เก๋ๆไว้ดาวน์โหลดด้วย	1	0.3
- อยากให้เห็นภาพคนโทรเข้ามา	1	0.3
ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการขาย		
- อยากให้มีบริการดาวน์โหลดที่ถูกมากๆ หรือฟรี	9	2.3
- ควรมีโปรโมชั่นที่มากกว่านี้	3	0.8
- ควรโฆษณาให้มากกว่านี้	1	0.3
- ควรบอกลูกค้าทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนโปรโมชั่น	1	0.3
- อยากให้มีโปรโมชั่นรายจ่ายตามที่ใช้งานจริง	1	0.3
- ไม่ตอบ	369	92.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.16 ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีข้อเสนอแนะ คิดเป็นร้อยละ 92.3 ซึ่งมีข้อเสนอแนะที่มากที่สุด คือ อยากให้มีบริการดาวน์โหลดที่ถูกมากๆ หรือฟรี คิดเป็นร้อยละ 2.3 อันดับต่อมา คืออยากให้ค่าโทรถูกทุกเครือข่าย คิดเป็นร้อยละ 1.8 อันดับต่อมาอยากให้มีโปรโมชั่นมากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 0.8 และภาพที่โฆษณาควรจะเหมือนที่ดาวน์โหลด กับ ควรมีการจัดรูปแบบที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.17
แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีพี
จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

พฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลด บนวีโอพีพี	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- ปัจจัยด้านส่วนบุคคล	35	24.6	58	22.5
- ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	48	33.8	89	34.5
- ปัจจัยด้านการตลาด	59	41.6	111	43.0
รวม	142	100.0	258	100.0

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีพี จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ เพศชายส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีพีมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 41.6) และเพศหญิงส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีพีมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 43.0)

ตารางที่ 4.18

แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพี
จำแนกตามสถานภาพด้านช่วงอายุ

พฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลด บนวีโอพี	อายุ 18 ปี		19-22 ปี		23-25 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- ปัจจัยด้านส่วนบุคคล	15	30.0	40	30.7	76	34.5
- ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	17	34.0	39	30.0	65	29.5
- ปัจจัยด้านการตลาด	18	36.0	51	39.3	79	36.0
รวม	50	100.0	130	100.0	220	100.0

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพี
จำแนกตามสถานภาพด้านช่วงอายุ กลุ่มตัวอย่างอายุ 18 ปีส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการ
ดาวนโหลดบนวีโอพีมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 36.0) ต่อมาช่วงอายุ 19-22 ปี
ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ
39.3) และช่วงอายุ 19-22 ปี ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีมาจากปัจจัย
ด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 36.0)

ตารางที่ 4.19

แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีพี
จำแนกตามสถานภาพด้านการศึกษา

พฤติกรรมการใช้บริการ ดาวนโหลดบนวีโอพีพี	มัธยมปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา/ ปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญา ตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- ปัจจัยด้านส่วนบุคคล	25	23.8	38	29.5	44	28.4	2	18.2
- ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	38	36.2	43	33.3	58	37.4	4	36.3
- ปัจจัยด้านการตลาด	42	40.0	48	37.2	53	34.2	5	45.5
รวม	105	100.0	129	100.0	155	100.0	11	100.0

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีพี จำแนกตามสถานภาพด้านการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมัธยมปลาย/ปวช. ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีพีมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 40.0) ต่อมาอนุปริญญา/ปวส. ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีพีมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 37.2) ต่อมาปริญญาตรีส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีพีมาจากปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (คิดเป็นร้อยละ 37.4) และสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีพีมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 45.5)

ตารางที่ 4.20

แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพี
จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

พฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพี	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- ปัจจัยด้านส่วนบุคคล	22	28.2	64	29.2	28	31.8	4	26.6
- ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	24	30.8	70	32.0	21	23.8	4	26.6
- ปัจจัยด้านการตลาด	32	41.0	85	38.8	39	44.4	7	46.6
รวม	78	100.0	219	100.0	88	100.0	15	100.0

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพี จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 41.0) ต่อมา 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 38.8) ต่อมา 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 44.4) และมากกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีโอพีมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 46.6)

ตารางที่ 4.21

แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีลพ
จำแนกตามสถานภาพด้านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้บริการ ดาวนโหลดบนวีลพ	GSM Advance		One-2-Call		DTAC		Happy		True Move (รายเดือน)		True Move (เติมเงิน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- ปัจจัยด้านส่วนบุคคล	19	29.7	31	21.8	25	19.8	9	25.8	19	26.0	10	22.2
- ปัจจัยด้านสังคมและ วัฒนธรรม	20	31.3	53	37.4	42	33.4	13	37.1	21	28.7	18	40.0
- ปัจจัยด้านการตลาด	25	39.0	58	40.8	59	46.8	13	37.1	33	45.2	17	37.8
รวม	64	100.0	142	100.0	126	100.0	35	100.0	73	100.0	45	100.0

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีลพ จำแนกตามสถานภาพด้านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระบบ GSM Advance ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีลพมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 39.0) ต่อมา One-2-Call ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีลพมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 40.8) ต่อมา DTAC ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีลพมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 46.8) ต่อมา Happy ส่วนใหญ่มีพฤติกรรม การใช้บริการดาวนโหลดบนวีลพมาจากปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมมีจำนวนเท่ากัน (คิดเป็นร้อยละ 37.1) ต่อมา True Move (รายเดือน) ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้ บริการดาวนโหลดบนวีลพมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 45.2) และ True Move (เติมเงิน) ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวนโหลดบนวีลพมาจากปัจจัยด้านสังคมและ วัฒนธรรม (คิดเป็นร้อยละ 40.0)

ตารางที่ 4.22

แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียมโหนดบนเรือพ
จำแนกตามสถานภาพด้านราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียม โหนดบนเรือพ	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001- 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- ปัจจัยด้านส่วนบุคคล	38	26.4	27	20.3	21	19.4	2	13.3
- ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	45	31.2	47	35.3	30	27.8	5	33.3
- ปัจจัยด้านการตลาด	61	42.4	59	44.3	57	52.8	8	53.4
รวม	144	100.0	133	100.0	108	100.0	15	100.0

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียมโหนดบนเรือพ
จำแนกตามสถานภาพด้านราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ราคาต่ำกว่า
5,000 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียมโหนดบนเรือพมาจากปัจจัยด้านการตลาด
(คิดเป็นร้อยละ 42.4) ต่อมา 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียมโหนด
บนเรือพมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 44.3) ต่อมา 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่
มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียมโหนดบนเรือพมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 52.8)
และมากกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียมโหนดบนเรือพมาจากปัจจัย
ด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 53.4)

ตารางที่ 4.23

แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียมโหนดบนวีลพ
จำแนกตามสถานภาพด้านค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียม โหนดบนวีลพ	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001- 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- ปัจจัยด้านส่วนบุคคล	20	22.7	26	24.5	48	25.1	3	20.0
- ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	28	31.8	32	30.1	57	29.8	5	33.3
- ปัจจัยด้านการตลาด	40	45.4	54	51.0	86	45.0	7	46.7
รวม	88	100.0	106	100.0	191	100.0	15	100.0

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียมโหนดบนวีลพ
จำแนกตามสถานภาพด้านค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ราคาต่ำ
กว่า 300 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียมโหนดบนวีลพมาจากปัจจัยด้านการตลาด
(คิดเป็นร้อยละ 45.4) ต่อมา 300-500 บาทส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียมโหนด
บนวีลพมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 51.0) ต่อมา 501-1,000 บาทส่วนใหญ่
มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียมโหนดบนวีลพมาจากปัจจัยด้านการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 45.0)
และมากกว่า 1,000 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการดาวเทียมโหนดบนวีลพมาจากปัจจัยด้าน
การตลาด (คิดเป็นร้อยละ 46.7)