

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพ็คเกจอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่  
ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Customers' Decision to choose Mobile Internet Packages  
in Bangkok

ธนิษา สังข์แสง (Thanisa Sungsaeng)<sup>1</sup> ธัญธิชา นิมนวล (Thanthicha Nimnuan)<sup>2</sup> อรรถพงษ์ สงขลา (Attapong Songkhaw)<sup>3</sup>

นลินภัทร์ บำเพ็ญเพียร (Nalinpat Bhumpenpein)<sup>4</sup> และมาลีรัตน์ มะลิแย้ม (Maleerat Maliyaem)<sup>5</sup>

ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

<sup>1</sup>s6307011858101@email.kmutnb.ac.th, <sup>2</sup>s6307011858110@email.kmutnb.ac.th,

<sup>3</sup>s6307011858241@email.kmutnb.ac.th, <sup>4</sup>nalimpat.b@itd.kmutnb.ac.th, <sup>5</sup>maleerat.m@itd.kmutnb.ac.th

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพ็คเกจอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครในเดือนเมษายน 2564 ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 412 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ วิธี Stepwise ด้วยโปรแกรม SPSS ผลการวิจัยพบว่า มี 7 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพ็คเกจอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ สัญญาณเครือข่ายการให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่การใช้งาน เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ง่ายและรวดเร็ว ผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการยืนยันตัวตนผู้ใช้งานทุกครั้งก่อนการให้บริการ สิทธิพิเศษ/คะแนนสะสม/ส่วนลด/โปรโมชั่นมีความน่าสนใจรอบครัว/เพื่อน/เพื่อนร่วมงานแนะนำให้บริการพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และเครือข่ายการให้บริการมีความปลอดภัยเชื่อถือได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** ปัจจัย, การตัดสินใจ, แพ็คเกจอินเทอร์เน็ต, เครือข่ายมือถือ

**Abstract**

This research aims at analyzing factors affecting customers' decision to choosing mobile Internet packages in Bangkok, Thailand. Data were collected from 412 samples who had experience in choosing mobile Internet packages, by online questionnaires. Data were also analyzed stepwise multiple linear regression using SPSS. At 0.05 significant level, the result reveals that there were seven factors affecting customers' decision to choose mobile Internet packages, i.e., 1) the coverage of mobile network signal in all areas, (2) easiness and rapidity of Internet access, (3) secure user identity verification, (4) attractive rewards, point redeem, discount, and special promotion, (5) suggestions from families, friends, and colleagues, (6) ability to quickly and correctly solve customers' problems, and (7) secure and reliable network.

**Keywords :** Factor, Decision, Internet Package, Mobile Network

## 1. บทนำ

ปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญอย่างมากในชีวิตประจำวัน อาจถือเป็นปัจจัยที่ห้าของความต้องการของมนุษย์ ซึ่งพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ปรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วมากจากในอดีตเป็นเพียงแค่การติดต่อสื่อสารสนทนากันเท่านั้น แต่ในปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ถูกพัฒนาเพิ่มความสามารถรองรับระบบปฏิบัติการต่าง ๆ สามารถเชื่อมต่ออุปกรณ์ไร้สายผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งจะเรียกโทรศัพท์เคลื่อนที่ในยุคปัจจุบันว่าเป็นแบบสมาร์ตโฟนถือว่าเป็นอุปกรณ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ด้วยคุณลักษณะพิเศษที่สามารถช่วยให้การติดต่อสื่อสาร การส่งข้อมูล การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย สะดวกและเป็นไปอย่างรวดเร็ว

อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในยุคปัจจุบันเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร การสืบค้นข้อมูล การใช้โซเชียลมีเดียต่าง ๆ การทำธุรกรรมออนไลน์ รวมทั้งการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ เพราะความสะดวกในการใช้งานการครอบคลุมพื้นที่ทั่วโลก และการเข้าถึงได้ง่าย จึงทำให้อินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งจากผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) ได้สำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2556-2563 พบว่า ในปี 2563 การใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 11 ชั่วโมง 25 นาที เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ถึง 1 ชั่วโมง 3 นาที โดยปี 2556 เป็นปีแรกที่เริ่มทำผลสำรวจคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยเพียงวันละ 4 ชั่วโมง 36 นาที เท่านั้น คิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่าตัว [1]

ดังนั้นผู้ให้บริการสัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีอยู่มากมาย เช่น TRUE, DTAC, AIS, และ CAT/TOT เป็นต้นซึ่งในแต่ละผู้ให้บริการมีจุดเด่นหรือลักษณะที่แตกต่างกันไปจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

## 2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 เครือข่ายอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่

ยุค 1G (1st Generation) ยุคแรกเริ่มเป็นระบบอนาล็อก (Analog) คือการใช้สัญญาณวิทยุในการส่งคลื่นเสียง (Voice) โดยสามารถโทรออก-รับสายได้อย่างเดียวเท่านั้น ไม่สามารถส่งผ่านข้อมูลใดๆ ทั้งสิ้น

ยุค 2G (2nd Generation) ระบบดิจิทัล เซลลูลาร์ (GSM), GPRS, EDGE มีการรับส่ง ทั้ง Voice, Data และ MMS ความเร็ว 10 - 437 Kbps มีการเปลี่ยนระบบการส่งคลื่นสัญญาณวิทยุแบบอนาล็อก มาเป็นการเข้ารหัสดิจิทัล (Digital) ได้มีการนำเทคโนโลยี GPRS เพื่อเพิ่มความเร็วในการรับส่งข้อมูลให้มีการรับ-ส่งข้อมูลได้มากขึ้น

ยุค 3G (3rd Generation) ระบบดิจิทัล WCDMA, HSPA, HSPA+ มีการรับส่ง ทั้ง Voice, Data, MMS, VDO call, Media ความเร็ว 384 Kbps - 30 Mbps ช่วยให้สามารถส่งข้อมูลทั้งภาพและเสียงในระบบไร้สายด้วยความเร็วที่สูง มีคุณสมบัติในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตตลอดเวลา (Always On) เช่น มีการเตือน (Alert) หากมีอีเมลเข้า เป็นต้น ความเร็วสูงสุดถึง 42 Mbps

ยุค 4G (4th Generation) ระบบดิจิทัล LTE, Wi-MAX, VOLTE, LTE Advance มีการรับส่ง ทั้ง Voice, Data, MMS, VDO call, Media, High Speed ความเร็ว 30 Mbps - 1 Gbps การพัฒนาในเรื่องความเร็วในการรับส่งข้อมูล การประชุมสายเพื่อวิดีโอคอลเป็นเรื่องง่ายขึ้น และยังมีค่าใช้จ่ายน้อยลง ระบบ LTE (Long Term Evolution) ใช้งานบนระบบ 4G บนความถี่ 2100 MHz

ยุค 5G (5th Generation) ยุคแห่งข้อมูลเป็นระบบดิจิทัล NR and eLTE มีการรับส่ง ทั้ง Voice, Data, MMS, VDO call, Media, High Speed, IoT ความเร็ว 6.4 Gbps โดยจะไม่ได้จำกัดแค่การใช้งานกับอุปกรณ์ Smart Phone, Tablet หรือ Computer แต่จะหมายถึง อุปกรณ์ในยุคนี้ทั้งหมด จะถูกเปลี่ยนแปลงให้รองรับการใช้งาน Data เรียกได้ว่าเป็นยุคแห่ง IoT และเมื่ออุปกรณ์ต่างๆ สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ จึงเกิดเป็น Big Data และ

นำไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยี AI อย่างก้าวกระโดดตามมา [2, 3]

## 2.2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพ็คเกจอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ปัจจัย	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11
[2]					✓						
[3]					✓						
[4]	✓	✓	✓		✓		✓	✓			
[5]	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	
[6]			✓				✓	✓		✓	
[7]			✓		✓			✓	✓		
[8]	✓			✓		✓	✓				
[9]						✓	✓	✓			
[10]						✓					
[11]						✓			✓		✓
[12]						✓			✓		✓
[13]					✓						
[14]										✓	
[15]											✓
รวม	3	2	4	2	5	6	5	4	4	3	3

จากตารางข้างต้น สัญญาณเครือข่ายการให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่การใช้งาน ( $X_1$ ) ผู้ให้บริการมีโครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมทุกพื้นที่การให้บริการ [4, 5]

สัญญาณเครือข่ายการให้บริการมีความเสถียรสามารถใช้งานได้ต่อเนื่อง ( $X_2$ ) ไม่เกิดการกระตุกระหว่างการใช้งาน และได้คุณภาพตามแพ็คเกจที่เลือกใช้ตลอดเวลา [4, 5]

เครือข่ายการให้บริการมีความปลอดภัย เชื่อถือได้ ( $X_3$ ) มีระบบการป้องกันการโจมตีจากผู้ไม่หวังดี และไม่นำข้อมูลของผู้ใช้บริการเปิดเผยต่อบุคคลอื่น [4-7]

ราคาแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตถูกกว่าเครือข่ายอื่น ( $X_4$ ) ค่าใช้จ่ายที่ผู้ใช้บริการชำระไปต้องคุ้มค่าต่อบริการที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับเครือข่ายอื่น [5, 8]

เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ง่ายและรวดเร็ว ( $X_5$ ) มีการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และไม่มีความซับซ้อน [2-4, 7]

ช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย ( $X_6$ ) เช่น ศูนย์บริการที่ครอบคลุมผู้ใช้บริการ และช่องทางติดต่อและชำระค่าบริการออนไลน์ที่สามารถทำรายการได้เอง [5, 8-12] เป็นต้น

การให้บริการของพนักงาน ( $X_7$ ) ความรู้ความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหา และเสนอวิธีการแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว [4-6, 8-9]

ผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการยืนยันตัวตนผู้ใช้งานทุกครั้งก่อนการให้บริการ ( $X_8$ ) เพื่อป้องกันการปลอมแปลง สวมรอยเพื่อใช้งานข้อมูลของบุคคลอื่น ดังนั้นผู้ให้บริการต้องมีการตรวจสอบทุกครั้งที่มีการร้องขอเพื่อเปลี่ยนแปลงข้อมูล [4, 6, 7, 9]

การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีความน่าสนใจ ( $X_9$ ) อิทธิพลที่ส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เพื่อจูงใจให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการเครือข่ายนั้น [5, 7, 11, 12]

สิทธิพิเศษ/คะแนนสะสม/ส่วนลด/โปรโมชั่น มีความน่าสนใจ ( $X_{10}$ ) เป็นบริการที่สร้างแรงจูงใจ เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบ และความคุ้มค่าในการเลือกใช้บริการ เช่น การซื้อเครื่องพร้อมแพ็คเกจ แต่ต้องแลกกับข้อตกลงการใช้บริการตามเวลาที่กำหนด [5, 6]

ครอบครัว/เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน แนะนำให้ใช้บริการ ( $X_{11}$ ) เมื่อมีการใช้บริการนั้นๆ จะเกิดการบอกต่อในแง่ที่ดีและไม่ดี ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนั้นๆ [11, 12]

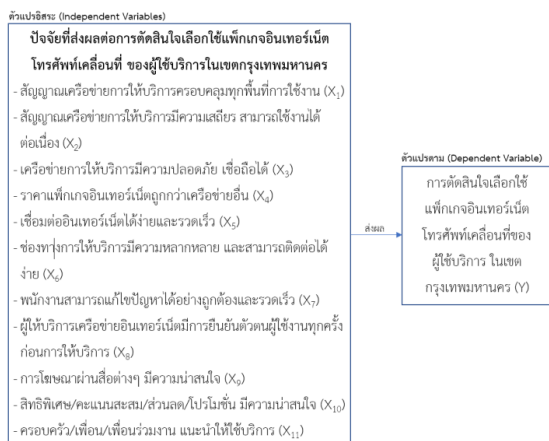
## 3. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ ผู้ใช้แพ็คเกจอินเทอร์เน็ตของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตร W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ครมือน้อยกว่า 385 คน ทั้งนี้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนเมษายน 2564 ได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 412 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์แบบลิเคิร์ต 5 ระดับ ซึ่งถูกประเมินความเที่ยงตรง ด้วยค่าความสอดคล้อง IOC โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่า

ทุกข้อคำถามมีค่าIOC มากกว่า 0.5 มีความสอดคล้องกับ  
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย จากนั้นประเมินความเชื่อมั่น  
ทั้งฉบับ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach)  
พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.789

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1  
ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และ  
รายได้ต่อเดือน ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้ใช้บริการแพ็กเกจ  
อินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่และส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผล  
ต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพ็กเกจอินเทอร์เน็ต  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ประกอบด้วย 11 ตัวแปรต้น ได้แก่  $X_1$  -  
 $X_{11}$  และตัวแปรตาม (Y) ภาพโมเดลการวิจัยแสดงได้  
ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลการวิจัย

#### 4. ผลการดำเนินงานวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า  
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 57.3 และเพศชาย จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ  
42.7 มีช่วงอายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 278 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 71 คน  
คิดเป็นร้อยละ 17.2 ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงาน  
บริษัทเอกชน จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7  
รองลงมาคือ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 57 คน  
คิดเป็นร้อยละ 13.8 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000  
- 25,000 บาท จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5

รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 100 คน  
คิดเป็นร้อยละ 24.3

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งาน พบว่า  
เครือข่าย AIS เป็นเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ต  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ  
40.8 รองลงมาคือ เครือข่าย TRUE คิดเป็นร้อยละ 37.9  
ส่วนใหญ่ใช้งานรูปแบบแพ็กเกจเป็นระบบรายเดือนคิดเป็น  
ร้อยละ 85.9 และระบบเติมเงิน คิดเป็นร้อยละ 14.1  
ระยะเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่างมากกว่า 5 ปี คิดเป็น  
ร้อยละ 41.7 มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 201 - 400 บาท  
คิดเป็นร้อยละ 29.4 และใช้ปริมาณข้อมูลแพ็กเกจเฉลี่ย  
มากกว่า 30 GB ต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 35

4.3 ผลการวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณ วิธี  
Stepwise พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้แพ็กเกจอินเทอร์เน็ต  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร  
มีผลมาจาก 7 ปัจจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  
0.05 ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณวิธี Stepwise

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	0.445	0.190		2.347	0.019
X <sub>5</sub>	0.242	0.049	0.252	4.903	0.000
X <sub>8</sub>	0.100	0.046	0.102	2.167	0.031
X <sub>1</sub>	0.163	0.048	0.171	3.413	0.001
X <sub>10</sub>	0.126	0.040	0.141	3.140	0.002
X <sub>11</sub>	0.085	0.035	0.101	2.439	0.015
X <sub>7</sub>	0.096	0.046	0.102	2.090	0.037
X <sub>3</sub>	0.106	0.051	0.102	2.089	0.037
R = 0.714    R Square = 0.510    Adjusted R Square = 0.501					

โดยทั้ง 7 ปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรของ  
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพ็กเกจอินเทอร์เน็ต

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร  
ได้ร้อยละ 50.10 ดังสมการพยากรณ์ต่อไปนี้

$$Y = 0.445 + 0.242X_5 + 0.100X_8 + 0.163X_1 + 0.126X_{10} + 0.085X_{11} + 0.096X_7 + 0.106X_3$$

จากสมการข้างต้นสามารถวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญได้  
ดังนี้

(1) การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ง่ายและรวดเร็ว  
เนื่องจากปัจจุบันมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา และ  
มีการรับส่งข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่  
ให้ความสำคัญในเรื่องการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร [4] และ  
การถ่ายโอนข้อมูลที่ไม่สะดวกจากการเชื่อมต่อ โดยมี  
สัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่การใช้งาน [13]

(2) คุณภาพการให้บริการ ในส่วนของผู้ให้บริการ  
เครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการยืนยันตัวตนผู้ใช้งานทุกครั้ง  
ก่อนการให้บริการ จากกฎหมายความเป็นส่วนตัว และ  
มีการใช้ข้อมูลส่วนตัวบนระบบออนไลน์เป็นจำนวนมาก  
ดังนั้นผู้ให้บริการจำเป็นต้องยืนยันตัวตน เพื่อตรวจสอบ  
ความถูกต้องในการใช้ข้อมูลของผู้ใช้บริการนั้นๆ และ  
ผู้ให้บริการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ  
แก่บุคคลอื่น ต้องมีระบบการป้องกันข้อมูลการใช้งาน  
เพื่อผู้ใช้งานรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ [7]

(3) สัญญาณเครือข่ายการให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่  
การใช้งาน ผู้ให้บริการจำเป็นต้องให้บริการสำหรับ  
ผู้ใช้บริการได้ทุกสถานการณ์ และตลอดเวลา เพื่อให้ผู้ใช้บริการ  
สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ทุกพื้นที่ ซึ่งการตัดสินใจ  
เลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ  
ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องเครือข่ายครอบคลุม  
มากที่สุด [8] เพราะปัจจุบันมีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและ  
สื่อสารกันตลอดเวลา ดังนั้นถ้าผู้ให้บริการมีโครงสร้าง  
พื้นฐานที่ครอบคลุมพื้นที่มากที่สุด จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการ  
เลือกใช้บริการเครือข่ายนั้นเป็นอันดับแรก

(4) สิทธิพิเศษ คະแนนสะสม ส่วนลดและโปรโมชั่น  
ที่มีความน่าสนใจ ปัจจุบันการส่งเสริมการขายจะช่วยให้  
ผู้ใช้บริการให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์นั้น และเกิดการ  
บอกต่อ โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเครือข่าย

จากการมีสิทธิพิเศษ และส่วนลดค่าใช้บริการ เช่น การซื้อ  
เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ พร้อมแพ็คเกจการใช้งานที่ราคา  
ลดลง แต่ต้องแลกกับการติดสัญญากับเครือข่ายโทรศัพท์  
เคลื่อนที่ตามข้อตกลง [6] การมีโปรโมชั่นที่หลากหลาย และ  
แพ็คเกจที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ มีผลต่อ  
การตัดสินใจเลือกใช้บริการและเปลี่ยนการใช้บริการ  
เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ [14]

(5) ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน แนะนำให้ใช้  
บริการ ความต้องการทางสังคม อาจทำให้คนเรามีพฤติกรรม  
ไม่เหมือนกันเช่น เมื่อต้องการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม  
บางคนเข้าห้องสมุด ในขณะที่บางคนค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต  
พฤติกรรมอย่างเดียวกันอาจเนื่องมาจากความต้องการ  
ที่ต่างกันได้ [15] ดังนั้นผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ได้รับแบบอย่าง  
ได้รับความรู้ และเสริมแรงโดยการกระตุ้นเตือน ชักชวน  
ชี้แนวทางในเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตโดยมีแหล่งที่มาจาก  
สภาพแวดล้อมทางสังคม กลุ่มเพื่อน [12]

(6) พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง  
และรวดเร็ว ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง  
คุณภาพการให้บริการ เช่น ความเป็นรูปธรรมของการบริการ  
ความเชื่อถือ การตอบสนอง และความเอาใจใส่ รวมทั้ง  
การให้บริการของพนักงานที่มีความกระตือรือร้น  
ในการให้บริการ มีความรู้รอบรู้และการให้ข้อมูลต่างๆ  
เกี่ยวกับการให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์  
เคลื่อนที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจ และสร้างความจงรักภักดี  
ต่อผู้ให้บริการ [4, 6]

(7) เครือข่ายการให้บริการมีความปลอดภัย เชื่อถือได้  
จากการใช้งานแบบออนไลน์ของผู้ใช้บริการ ส่งผลให้ผู้  
ให้บริการต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ระบบสามารถใช้งาน  
แบบออนไลน์ได้ตลอดเวลา ทำให้ผู้ไม่หวังดีเห็นช่องโหว่  
ของระบบ และทำการโจมตีเพื่อขโมยข้อมูลของระบบนั้น  
ทำให้ผู้ให้บริการต้องมีการตรวจสอบความปลอดภัย  
ตลอดเวลา รวมทั้งผู้ให้บริการต้องมีมาตรฐานที่ดีในการเก็บ  
รักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการไว้เป็นความลับ [9]  
ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต  
โทรศัพท์เคลื่อนที่

## 5. สรุปผลงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพ็คเกจอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างจำนวน 412 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ วิธี Stepwise พบว่า ตัวแปรที่มีอำนาจในการพยากรณ์ทั้งหมด 7 ตัวแปร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.714 สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 50.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพ็คเกจอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้ (1) เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ง่ายและรวดเร็ว (2) ผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการยืนยันตัวตนผู้ใช้งานทุกครั้ง ก่อนการให้บริการ (3) สัญญาณเครือข่ายการให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่การใช้งาน (4) สิทธิพิเศษ/คะแนนสะสม/ส่วนลด/โปรโมชั่น มีความน่าสนใจ (5) ครอบครัว/เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน แนะนำให้ใช้บริการ (6) พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (7) เครือข่ายการให้บริการมีความปลอดภัย เชื่อถือได้

ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ของงานวิจัยนี้ อาจเป็นแนวทางให้บริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถจัดทำแพ็คเกจที่สอดคล้องตามความต้องการของผู้ใช้บริการโดยจัดทำแพ็คเกจหลักที่มีบริการเสริมอย่างเช่น สิทธิพิเศษ คะแนนสะสม และส่วนลด เป็นต้น เพื่อดึงดูดผู้ให้บริการ และคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการในด้านข้อมูล และการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้บริการโดยอาจพิจารณาเรื่องโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่รวมทั้งนำข้อมูลงานวิจัยนี้เพื่อไปวิเคราะห์จัดทำแผนการตลาด (Marketing Plan) หรือกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) ให้มีความเหมาะสมสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้

## เอกสารอ้างอิง

- [1] คนไทยใช้เน็ตปั่งไม่ไหว เกือบครึ่งวัน โควิด-19 มีส่วน. (2564). สืบค้น 20 เมษายน 2564, จาก <https://www.eta.or.th/thnewseventsprnews/ETDA-released-IUB-2020.aspx>
- [2] ระบบ 3G 4G 5G แตกต่างกันยังไง. (2563). สืบค้น 21 เมษายน 2564, จาก <https://www.spabattery.com/blog/what-are-2g-3g-4g>
- [3] 5G คืออะไร? เทคโนโลยีสื่อสารไร้สายน้องใหม่ ใกล้เคียงกว่าที่คิด. (2564). สืบค้น 21 เมษายน 2564, จาก <https://www.uih.co.th/th/knowledge/5g>
- [4] ทรงพร อวยพร. (2559). การศึกษาปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคลการให้บริการระบบ 4G และคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G ของบริษัทแห่งหนึ่ง: กรณีศึกษาผู้ใช้บริการเครือข่าย 4G เขตกรุงเทพมหานคร (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [5] วงศกร ปิยะนันท์ (2559). การตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [6] ดิษวิชร ลอแต. (2561). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- [7] ศุภสิรา คุณรัตน์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Bankingของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

- [8] พิระพงษ์ ป้อมคำ. (2560). การตัดสินใจเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารเศรษฐศาสตร์รามคำแหง*, 3(1).
- [9] ณัฐสร้อย สิทธิธรรม และจรีพร ศรีทอง. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าอิเล็กทรอนิกส์ True Wallet ของผู้บริโภคในเขตหลักสี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [10] ชีรภิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2557). *การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [11] วลัยชัชรัตน์ นพเก้า (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Payment) ของผู้ใช้บริการที่เป็นสถาบันการเงินและผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-Bank) (เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [12] อชนิษฐา เครืออนันต์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง. *วารสารอาชีวศึกษาภาคกลาง*, วิทยาลัยเทคนิคปราจีนบุรี.
- [13] ธวัชชัย หัวเพชร. (2556). *ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ 4G LTE ของเครือข่ายทรูมูฟ เอช ในเขตกรุงเทพมหานคร* (ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- [14] สยมภู สุวรรณเนตร. (2558). *ศึกษาปัจจัยด้านการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจย้ายค่ายโทรศัพท์มือถือคลื่น ความถี่ 4G (การค้นคว้าอิสระบัณฑิตวิทยาลัย)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [15] สุจินตนา น้อยทรัพย์. (2546). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง* (ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.