

สารบัญบทความ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ปัญหากฎหมายประกอบการของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือในประเทศไทย | |
| โดย เพชรพิทักษ์ แสงกล้า..... | 641 |
| ปัญหาการกำหนดโทษทางอาญา: ศึกษากรณีการยกเว้นประราชบัญญัติค่าวัสดุความผิดอันเกิดจาก การใช้เช็ค พ.ศ.2534 | |
| โดย อริสรา กันดิษฐ์..... | 649 |
| ปัญหาการใช้สิทธิในงานดินสีที่เป็นหลักประกันการชำระหนี้และการบังคับคดี | |
| โดย อนุวัตร์ โภวิทยานนชัย..... | 657 |
| ปัญหาความรับผิดชอบสัญญา: ศึกษากรณีการเพิกถอนคำเสนอและยกเลิกการเจรจา | |
| โดย สุทธิพงษ์ แปรเมปรัชญา..... | 666 |
| ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับเงินทดแทนอันเกิดจากการทำงานของคนต่างด้าวซึ่งเข้าเมืองโดยไม่ชอบ ด้วยกฎหมายในประเทศไทย | |
| โดย สุพรรณ ไศกี..... | 675 |
| ปัญหาทางกฎหมายของพระราชบัญญัติค่าวัสดุการให้เอกสารเข้าร่วมงานหรือดำเนินการ ในกิจการของรัฐ พ.ศ. 2535 | |
| โดย สุทธิรักษ์ อัมยัง..... | 684 |
| ปัญหาทางกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง: ศึกษาผลพัฒนาการบังคับคดีเกี่ยวกับค้ำพิพากษาช้า | |
| โดย เสนมา จงไชโย..... | 693 |
| ผลกระบวนการของชุมชนจัดสรรส่วนร่วมที่มีผลต่อการเข้าถึงชุมชนเดิมในจังหวัดน่านทบูรี | |
| โดย นรกต วรชัยรุ่งเรือง..... | 702 |
| พฤติกรรมการบริโภค “กินจิ” ในฐานะศินค้าทางวัฒนธรรมภาคลีของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร | |
| โดย พรพรรณ พระเสริฐศรีศิริ..... | 715 |
| พฤติกรรมการเปิดรับและความทึ่งพ้อใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเว็บไซต์เจ้า ไทยรัฐออนไลน์ไก่น | |
| โดย ณัฐพลด กองใบไหอยู่..... | 725 |
| พฤติกรรมความค้างใจในการใช้บริการเว็บไซต์หน่วยงานรัฐของประชาชน | |
| โดย พรสุดา รักชีวงศ์..... | 731 |
| พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ | |
| โดย ชนชัย สุริวงศ์..... | 739 |
| มาตรการควบคุมการจำหน่ายสัตว์ป่า | |
| โดย ชวัญศรินทร์ วงศ์ดีอัช..... | 748 |
| มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว | |
| โดย ณิชา เกตุมาก..... | 758 |
| มาตรการทางกฎหมายในการจัดสถานที่ควบคุมเด็ก และเยาวชนในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน | |
| โดย วัชคนันท์ ช่างไม้..... | 767 |

**พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่
THE BEHAVIOR OF CONSUMERS TO USE MOBILE TV**

ชนชัย สุริวงศ์

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: fubbtv@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ลักษณะพื้นฐานทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเดือกรับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่พากอาศัยและทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการ รับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ค่า T-test, One-way ANOVA ทดสอบความแตกต่าง ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพิร์สันในการทดสอบความสัมพันธ์ และใช้ค่า ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำตามกับ วัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) และใช้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวัด Internal Consistency Reliability อาคีษสกัด Cronbach's Alpha โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Pilot Test) เพื่อแสดงความเชื่อมั่นได้ (Reliability) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ถ้าค่าสกัด Cronbach's Alpha มีค่านากกว่า 0.70 แสดงว่าตัวดัชนีร้อยละ (Attributes) ของตัวแปรที่ใช้ศึกษามีความเชื่อมั่นน่าเชื่อมั่นที่จะใช้ศึกษา

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะพื้นฐานทางประชากรศาสตร์ที่ศึกษา มีขึ้นรายได้ต่อเดือนที่มากดังของกลุ่ม ตัวอย่างที่ทำให้พฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการรับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเวลา 6-12 เดือน ร้อยละ 45.8 มีความถี่ในการรับชม 5-6 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 41.8 ใช้เวลารับชมแต่ละครั้ง 30 นาที – 1 ชั่วโมง ร้อยละ 45.7 รับชมในช่วงเวลาว่างหรือในขณะที่กำลังเดินทาง ร้อยละ 42.2 รายการที่ที่นิยมและรับชมบ่อยอุตสาหกรรม รายการแข่งขันกีฬา และการประกวด ร้อยละ 30.8 เหตุผลในการรับชมรายการ โทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่คือเพื่อความบันเทิง และทันต่อเหตุการณ์ ข้างหนึ่ง ปัจจัยที่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านการยอมรับเทคโนโลยีการรับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่คือ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในระดับมากกับ พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และปัจจัยด้านวิถีการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ในระดับความสำคัญมากกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่

คำสำคัญ : นโยบายที่ไว พฤติกรรมความตั้งใจ ทัศนคติ

ABSTRACT

The objective of the documentary in the topic of "The behavior of consumer to use mobile TV" is to provide the research study of demographical factors includes the relational effecting the behavior of consumer to use mobile TV. Tests the effects of influences an individual's behavioral of consumer to use mobile TV.

This research employs the survey of population of people used of Mobile TV in Bangkok area with 400 people. The questionnaire is a tool used to collect data. Statistics used in data analysis includes cost percent average value, median, and standard deviation value. Statistics used in hypothesis testing consists of T-test differences in the population, and analysis of One-Way ANOVA. The result by specifying the significant level equivalent to 0.05 and Pearson Correlation. The tool test in research by Content Validity of questionnaire was used by suing Item-Objective Congruence Index: IOC and reliability, the measurement of internal consistency reliability was relied on Cronbach's Alpha. The questionnaire was brought for Pilot Test to show reliability with 30 samples. Cronbach's Alpha 0.87 the value Cronbach's Alpha was more than 0.70 percent. It was that the attributes of variable used for study were reliable to be used for study.

According to the research study of demographical factors. Found monthly incomes variable of difference was behavior of consumer to use mobile TV had difference. The samples experience mobile TV having it for 6 to 12 month (45.8%). Frequency was 5 to 6 day/week (41.8%) Periodically time to use 30 minute to 1 hour (45.7%). Using mobile TV when the pass time or during to wait such as (for the train or bus) (42.2%). The favorable program and watching always was sport news. (30.8%). Entertainment has been identified as major gratification in factor to use mobile TV. Factor the effects of influences an individual's behavioral of consumer adoption of mobile TV. With regard to factors affecting the technology acceptance of mobile phone the overall showed respondent's high level with Mobile Phone efficacy factor. Life styles positively influence the behavioral of consumer to use of mobile TV the overall showed respondents' high level.

KEYWORDS : Mobile TV, TV on Mobile, Behavior Intention, Attitude

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้มีการพัฒนาให้มีความสะดวกสบายในการใช้ฟังก์ชันในรูปแบบต่างๆ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคหลายคนนิยมเปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อมีรุ่นใหม่ๆ เข้ามาสู่ตลาด เครื่องมือสื่อสารหรือที่เราระบุกันว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นปัจจัยที่ 5 อย่างสมนูรรณ์แบบในที่วิถีปัจจุบัน ในปัจจุบันวิวัฒนาการของโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้พัฒนาอย่างไม่ลื้นสุด ธุรกิจการสื่อสารมีการแข่งขันกันเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ มีการคิดค้นการใช้งานใหม่ๆ เพิ่มขึ้น แม้แต่การรับชมรายการ โทรศัพท์ก็ไม่ได้จำกัดอยู่แค่นหน้าโทรศัพท์ sondernก็ได้ออกมายัง แต่หมายถึงการดูได้จากหน้าจอคอมพิวเตอร์ขนาดเท่าฝ่ามือ หรือ pocket PC ที่เรียกว่าบริการ Mobile TV ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารมูลความรู้สูง และสามารถเรียกดูข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา

การรับชมโทรทัศน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (TV On MOBILE) เป็นนวัตกรรมใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม และมีบทบาทในวิถีชีวิตมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการติดตามดูรายการโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยไม่มีเงื่อนไขในด้านเวลาสถานที่ พร้อมทั้งมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น จึงได้รับความนิยมแพร่กระจายไปยังประชาชนทั่วทุกคุณ นักธุรกิจได้มองเห็นโอกาสว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิตประกอบกับเห็นอิทธิพลและบทบาทของรายการโทรทัศน์ที่มีต่อประชาชน ที่เข้ามามีอิทธิพลในวิถีชีวิตของประชาชน หลากหลายช่องที่มีการพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่ ให้สามารถรับชมโทรทัศน์ได้ตลอดเวลา หากมีอนกับโทรศัพท์ขอเก้าที่อยู่ตัวบ้านเรือนทั่วไป จึงทำให้บุคคลทั่วไปหันมาสนใจที่จะรับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น

ผลการสำรวจล่าสุดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของคนหนุ่มสาวในประเทศไทย พบว่า คนรุ่นใหม่ของประเทศไทย ให้ความสำคัญกับโทรศัพท์เคลื่อนที่มาก มีการใช้จ่ายไปกับค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่คิดเป็นประมาณ 15% ของค่าใช้จ่ายรายเดือน ซึ่งมากกว่าจากค่าโทรศัพท์ที่เป็นรายจ่ายหลัก การสำรวจครั้งนี้จัดทำโดยศูนย์การวิจัยและคิดค้นนวัตกรรมของเดนอร์แท่งเชิงพาณิชย์ (TRICAP) และรวมรวมมาจาก การสำรวจคนไทยอายุระหว่าง 15 ถึง 29 ปี จำนวน 1,148 คน ที่จัดตั้งขึ้นในเมือง ผลการสำรวจครั้งนี้ยังเผยให้เห็นข้อเท็จจริงที่น่าสนใจต่อไปนี้ คือ การสำรวจครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า แฟชั่นปัจจัยที่คนไทยรุ่นใหม่ให้ความสำคัญอย่างมากในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนหนึ่งระบุว่า พวกเขาต้องการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบที่ช่วยให้พวกเขารู้สึกเด่นเด้งจากเพื่อน โดย 50% กล่าวว่า มีความคิดจะเปลี่ยนโทรศัพท์เป็นรุ่นที่ดีขึ้นภายใน 6 เดือนจากนี้ ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งานและเก็บโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นที่ใช้อยู่ปัจจุบันไว้ คือ 1.52 ปี และเหตุผลหลักในการเปลี่ยนโทรศัพท์เครื่องใหม่คือ “โทรศัพท์เครื่องเก่าชำรุดเสื่อม” (49%)

คนไทยหนุ่มสาวตอบรับเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างกระตือรือร้น โดย 78% เชื่อว่าเทคโนโลยีชีวิต ง่ายขึ้น และ 67% เชื่อว่าเทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญของชีวิต ในการศึกษาระดับภูมิภาค คนไทยหนุ่มสาวจัดอยู่ในกลุ่มที่ก้าวหน้ามากที่สุดในการรับเทคโนโลยีใหม่ โดดเด่นในเรื่องที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านอื่นๆ ที่มากกว่าเดิม 52% ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อเล่นเกมส์ 29% เพื่อฟังเพลง และ 55% เพื่อการแชร์ข้อมูลผ่านเทคโนโลยีใหม่ๆ 16% ยังคงกว่าใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อสื่อสารกับรายการโทรทัศน์ ทั้งการโทรทัศน์ไปและการส่งข้อความเพื่อไวรัลให้แก่รายการเรียลลิตี้โชว์

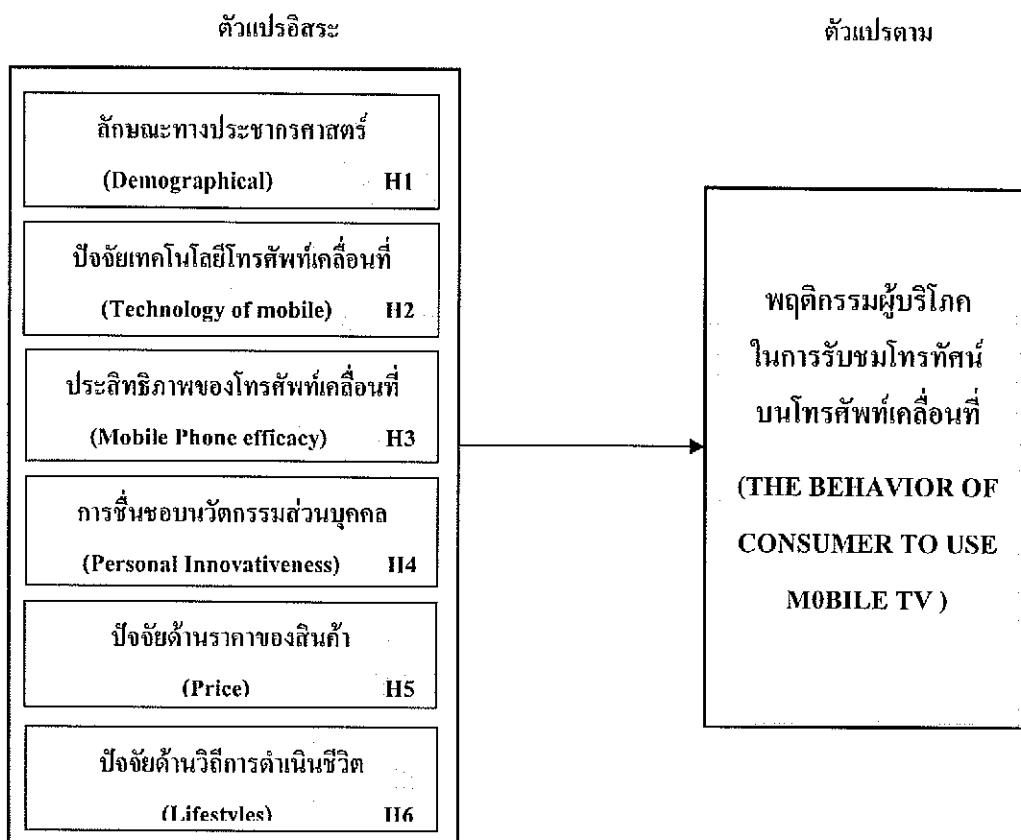
หากข้อมูลและเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษาว่า เมื่อวิวัฒนาการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่กำลังเดินหน้าต่อไปทั้งความรู้ของเครื่องข่ายสัญญาณ และกำลังแข่งขันมีบทบาทในด้านวิถีการดำเนินชีวิต อาทิเช่น การทำงาน การศึกษา พฤติกรรม นับว่าเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เมื่อพัฒนาการโทรศัพท์และโทรศัพท์เคลื่อนที่มีการพัฒนาให้ออกมุ่งเน้นไปยังเครื่องเดิมๆ นี้อย่างมาก การที่ผู้ผลิตตัดทำให้เหลือแสวงผลกำไรจะดำเนินไปอย่างไร ความต้องการที่จะเดินหน้าต่อไปทั้งความรู้ของเครื่องข่ายสัญญาณ และกำลังแข่งขันมีบทบาทในด้านวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปอย่างไร การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์เครื่องป้องกัน และแก้ไขผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการรับชมมากกว่าที่บ้าน พฤติกรรมและวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปอย่างไร การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์เครื่องป้องกัน และแก้ไขผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการรับชมโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ อีกทั้งยังเป็นเรื่องที่หลายหน่วยงานต้องให้ความสำคัญ และนำผลการทบทวนด้านดี มาปรับใช้ให้เป็นประโยชน์เพื่อยกระดับพฤติกรรมผู้บริโภคให้สูงขึ้น และส่งเสริม

และสนับสนุนให้ผลิตต่อไปเป็นประโยชน์ให้กับผู้บริโภคมากขึ้นและนำมาใช้ในการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารให้ก้าวไกลยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาถ้อยคำของประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนที่พกพาทั้งขณะทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกรับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนที่พกพาทั้งขณะทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1. ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับชมโทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2. ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีโทรทัศน์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภค

ในการรับชมโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐานที่ 3. ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับชมโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐานที่ 4. ปัจจัยด้านการชื่นชอบนวัตกรรมส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับชมโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐานที่ 5. ปัจจัยด้านราคาของสินค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับชมโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐานที่ 6. ปัจจัยด้านวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับชมโทรศัพท์เคลื่อนที่

5. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือประชาชนที่พักอาศัยและทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการรับชมโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยแบ่งตามเพศชาย/หญิง จำนวน 400 คน ตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีรวมรวมข้อมูลใช้วิธีแบบสัมภาษณ์ (convenience) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพิร์สัน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ และใช้ค่า T-test, One-way ANOVA ทดสอบความแตกต่าง โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

โครงสร้างแบบสอบถามประกอบด้วยคำถatement 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชาราษฎร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม “ได้แก่ เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามคุณสมบัติด้านเทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ “ได้แก่ ได้แก่ ยังไม่ของโทรศัพท์เคลื่อนที่, ระบบการซื่อสัมภានต่อข้อมูล, ระบบสัญญาณโทรศัพท์, วิธีการชำระค่าบริการ โทรศัพท์และค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่” เนื้อหาที่ต่อไปนี้เป็นตัวอย่าง จำนวน 5 ข้อ โดยใช้การวัดแบบ Likert Scale

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการรับชมโทรศัพท์เคลื่อนที่ “อันได้แก่ ระยะเวลาที่เริ่มใช้บริการ ความถี่ในการรับชม ระยะเวลาที่รับชมในแต่ละครั้ง ช่วงเวลาอื่นๆ ในการรับชม ประเภทรายการที่ชื่นชอบ เป็นต้น จำนวน 7 ข้อ โดยใช้รูปแบบการวัดแบบ Likert Scale

ตอนที่ 4 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีการรับชมโทรศัพท์เคลื่อนที่ “อันได้แก่ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการชื่นชอบนวัตกรรมส่วนบุคคล และปัจจัยด้านราคาสินค้า จำนวน 14 ข้อ โดยการใช้ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นเกณฑ์ในการวัด

ตอนที่ 5 ข้อมูลด้านวิถีการดำเนินชีวิต “ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการรับชมโทรศัพท์เคลื่อนที่ อันได้แก่ เพื่อต้องการคลายเครียด, เพื่อต้องการรับรู้ข่าวสารอยู่ตลอดเวลา, เพื่อให้ทันแก่เทคโนโลยี, เพื่อต้องการความบันเทิง, เพื่อไม่ต้องเร่งรีบในการที่จะเดินทางกลับบ้านเพื่อถูกรายการโทรศัพท์, เพื่อคุ้มค่าใช้จ่ายในการซื้อ

โดยทัศน์ชี้งินไปมากกว่า เพื่อให้ทันกระแสสังคม จำนวน 7 ข้อ ใช้ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นเกณฑ์ในการวัด

การทดสอบเครื่องมือในการวิจัยนี้ ใช้การทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม (Questionnaire) คือ ให้ผู้ที่มีความชำนาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ปริมาณ โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) และใช้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวัด Internal Consistency Reliability อาศัยสถิติ Cronbach's Alpha ได้คำนวณส่วนตามไปทำการทดสอบ (Pilot Test) เพื่อแสดงความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าสถิติ Cronbach's Alpha 0.89 ซึ่งนี้ค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าตัววัดหรือคุณลักษณะ (Attributes) ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีความเชื่อมั่นน่าเชื่อถือได้

6. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้กรอบแนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ อิทธิพลด้านเทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปัจจัยด้านการยอมรับนวัตกรรมส่วนบุคคล ปัจจัยด้านราคาระบบสินค้า และปัจจัยด้านวิธีการค้าเงินชีวิตประจำวัน ที่มีผลกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับชมโทรศัพท์มือถือ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Dulyalak Phuangthong and Settapong Malisawan, Ph.D.2005, Davis, F. D.1989, Seung Jae Shin, Meridian, Daniel Glaser-Segura.2006, Srivastava.L. 2005, Guosong Shao.2008)

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาในครั้งนี้ เป็นเพศชาย จำนวน 211 คน คิดเป็น ร้อยละ 52.8 และเพศหญิง จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ส่วนมากมีรายได้ต่อเดือน คือ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5

ด้านคุณสมบัติของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ห้อ Nokia จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 มีระบบการเชื่อมต่อข้อมูลของโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุดคือ คือ EDGE จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ระบบสัญญาณโทรศัพท์ส่วนใหญ่ใช้ระบบสัญญาณเครือข่าย DTAC จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 การชำระเงินค่าบริการส่วนใหญ่ใช้บัตรการชำระเงินเดินเงิน จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 ค่าบริการ ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนส่วนใหญ่คือ 300-600 บาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนมากมีประสบการณ์ในการรับชมโทรศัพท์มือถือ จำนวน 6 – 12 เดือน จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 ความถี่ในการรับชมส่วนใหญ่คือ 5 – 6 วัน ต่อสัปดาห์ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการรับชมแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่ใช้เวลาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 เวลาที่ใช้สำหรับการรับชมแต่ละครั้งคือ ส่วนใหญ่จะใช้ช่วงเวลา ในขณะที่กำลังเดินทาง จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 การเลือกรายการที่ชอบกับระบบสัญญาณที่ชอบหรือชัดเจนคือ ส่วนใหญ่จะเลือกคู่ในรายการที่ชอบมากกว่าซ่องสัญญาณ คือจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รายการที่ชื่นชอบและรับชมป่วยที่สุดคือ รายการแบงค์พีพ้า เช่น พูดคุยกัน กอดกัน นวยฯ ฯ จำนวน 123 คน

คิดเป็นร้อยละ 30.8 และเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการรับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ เพื่อความบันเทิง (แก้เวลา, เวลาว่าง) จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 และรองลงมาคือ เพื่อให้หันต่อเหตุการณ์ข้ามเมือง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการรับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีอิทธิพลมากสุดคือ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone Efficacy) คิดเป็นค่าเฉลี่ย คือ 3.45 อยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก รองลงมาคือปัจจัยด้านการซื้อขายออนไลน์ด้วยตนเอง (Personal Innovativeness) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 อยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยสุดคือปัจจัยด้านราคาอุปกรณ์ และค่าบริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37 ซึ่งอยู่ในระดับที่มีความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านวิธีการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ มากที่สุด คือ ผู้บริโภคต้องการที่จะรับข้อมูลการโทรศัพท์เพื่อต้องการความบันเทิง ค่าเฉลี่ย 3.79 อยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก เมื่อผู้บริโภครับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้วมีความรู้สึกว่าก้าวทันต่อเทคโนโลยีใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.65 อยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก ในการรับข้อมูลแต่ละครั้งนั้นไม่มีผลกระทบกับเวลาในการทำงาน นิ่งค่าเฉลี่ย 3.64 อยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก การที่รับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้นั้นทำให้ไม่ต้องเร่งรีบในการเดินทางเพื่อกลับไปชมรายการโทรทัศน์ที่ชอบที่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.50 อยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก การรับข้อมูลแต่ละครั้งนั้นก็เพื่อต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.41 อยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก และเมื่อมีความเครียดแต่ละครั้งก็สามารถที่จะรับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เพื่อผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ย 3.10 อยู่ในระดับที่มีความสำคัญปานกลาง

7. อภิปรายผล

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีผลต่อการรับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่แตกต่างกัน มีพิสัยรายได้ต่อเดือนที่แตกต่าง มีผลทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ผู้บริโภคใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อ Nokia มีระบบการซ่อมต่อข้อมูลแบบ EDGE ระบบสัญญาณเครือข่าย DTAC ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประเภทระบบเดินเงิน และมีค่าบริการโทรศัพท์ต่อเดือนอยู่ที่ 300-600 บาท ในด้านพฤติกรรมการรับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ผู้บริโภคนมีประสบการณ์ในการรับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นเวลา 6 – 12 เดือน มีความคิดในการรับข้อมูล 5 – 6 วัน ต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่ใช้ในการรับข้อมูลแต่ละครั้ง คือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ รายการที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ รายการแข่งขันกีฬา เช่น ฟุตบอล กอล์ฟ นวย ฯลฯ เหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการรับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ เพื่อความบันเทิง ปัจจัยสำคัญในการยอมรับเทคโนโลยีการรับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในระดับมากต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ และปัจจัยด้านวิถีการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ มากที่สุดและตามลำดับคือ ผู้บริโภคต้องการที่จะรับข้อมูลการโทรศัพท์เพื่อต้องการความบันเทิง เมื่อผู้บริโภครับข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้วมีความรู้สึกว่าก้าวทันต่อเทคโนโลยีใหม่ๆ เพราะในการรับข้อมูลแต่ละครั้งนั้นไม่มีผลกระทบกับเวลาในการทำงาน ทำให้ไม่ต้องเร่งรีบในการเดินทางเพื่อกลับไปชมรายการโทรทัศน์ที่ชอบที่บ้าน การรับข้อมูล

แต่ละครั้งนั้นก็เพื่อต้องการที่จะรับรู้ว่าสารอุ่คโดยความคิดเห็นของตน มีความเครียดแต่ละครั้งก็จะรับชมโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อผ่อนคลาย

8. ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้บริโภค ก่อนที่ท่านจะเลือกใช้เทคโนโลยี หรือสื่อสารสื่อต่างๆ และนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ผลิตขึ้นมา นั้น ควรต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ และผลเสียที่ตนจะได้รับว่าคุ้มค่านานน้อยเพียงไร เท่านะส่วนกับวิธีการดำเนินชีวิตประจำวันของคัวเองหรือไม่ เพื่อไม่ให้เสียคุณภาพชีวิต และเพื่อผลประโยชน์ของตัวเอง

การรวมสื่อเกือบทุกอย่าง ไว้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้สามารถพกพาได้อย่างสะดวกสบาย และมีปริมาณผู้บริโภคมากขึ้นทุกวัน อย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน นั้นได้ว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมการสื่อสาร ที่สั่นสะเทือนสากลที่สุดก็จะเป็นสังคมอย่างเห็นได้ชัดที่เดียว ดังนั้นทั้งภาครัฐภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการตรวจสอบ และวางแผนมาตรฐานในการผลิตสื่อ โดยต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ประกอบการทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ ให้อยู่ในมาตรฐานกฎหมายที่กำหนด ความคุ้มของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ให้ผลิตเทคโนโลยี และสื่อที่มีคุณภาพต่อผู้บริโภค ส่วนรายการโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรมีการตั้งกฎ ความเหมาะสมทั้งด้านเวลาและเนื้อหาไว้ด้วย โดยเฉพาะต้องไม่นองห้ามวัยรุ่นซึ่งเป็นอนาคตของชาติ เพื่อป้องกันผลกระทบจากการใช้และการผลิตสื่อด้านนวัตกรรมใหม่ๆ

9. รายการอ้างอิง

- ชนิษฐา ถุนพา. 2551. “พฤติกรรมการใช้สื่อสารที่จะได้รับจากการใช้สื่อสมัยใหม่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.” บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปุญญิศัย พิริสารการ. 2544. “พฤติกรรมการซื้อและการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต วิทยาศาสตร์ (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พงษ์เทพ พิริยะกุลชัย. 2549. “ศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ขององค์กรศักยภาพระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยรามคำแหง.” บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วัลลภา เจริมวงศ์ษา. 2540. “การสำรวจความคิดเห็นความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” นิเทศศาสตร์รัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Dulyalak Phuangthong and Settapong Malisawan, Ph.D. 2005. “A Study of Behavioral Intention for 3G Mobile Internet Technology.” Preliminary Research on Mobile Learning Proceedings of the Second International Conference on eLearning for Knowledge-Based Society. August 4-7, 2005, Bangkok, Thailand.
- Davis, F. D. 1989. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” MIS Quarterly. 13, 3: 319-340.
- Campbell, S.W. 2007. “Perceptions of mobile phone use in public settings: a cross-cultural comparison.” International Journal of Communication. 1: 738-757.

- Guosong Shao. 2008. "Mobile TV: Promising but still uncertain." **An Interview with Dr. Anand Iyer of PRTM China Media Research.** 4: 3.
- Narusc, K. 2003. "The survey of the mobile internet, usage, and awareness, study for m-commerce." **Proceedings of the 2003 Symposium on Applications and the Internet Workshops.**
- Shin, D.H.2007. "User acceptance of mobile internet: implications for convergence technologies." **Interacting with Computers.** 19, 4: 472–483.
- Srivastava, L. 2005. "Mobile phones and the evolution of social behavior." **Switzerland International Telecommunication Union.**
- Andrew Schwarz, Iris A.Junglas, Vlad Krotov, Wynne W.Chi. 2004. "Exploring the role of experience and compatibility in using mobile technologies." **Information Systems and e-Business Management.** 337–356.
- Seung Jac Shin, Meridian, Daniel Glaser-Segura.2006. "Mobile TV broadcasting to your cellular phone choice and user perception." **Allied Academics International Conference.** 19-20.