

รายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ์

โครงการจัดทำหนังสือเกี่ยวกับกิจการโทรคมนาคมและ วิทยุโทรทัศน์ ในยุคหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยี Convergence

เสนอต่อ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

28 กรกฎาคม 2553

ICSC ศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศ
แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ

“โครงการจัดทำหนังสือเกี่ยวกับกิจการ
โทรคมนาคมและวิทยุโทรทัศน
ในยุคหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยี Convergence”

เสนอต่อ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

โดย

ICSC ศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศ
แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

28 กรกฎาคม 2553

สารบัญ

หน้า

ส่วนที่ 1 : ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้บริการโทรคมนาคมและวิทยุโทรทัศน์

● บทที่ 1 บทนำ	1
1. ที่มาของการสำรวจ	1
2. วัตถุประสงค์	2
3. นิยามศัพท์เฉพาะ	3
● บทที่ 2 ระเบียบวิธีการสำรวจ	10
1. แนวทางการเก็บข้อมูล	10
2. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล	32
3. การเลือกเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล	34
4. ผลการดำเนินการเก็บข้อมูล	42
● บทที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน	43
1. การมีและพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์พื้นฐานในที่พักอาศัย	43
1.1 การติดตั้งและการมีโทรศัพท์พื้นฐานใช้	43
1.2 การติดตั้งเพิ่มและเหตุผลที่ติดตั้งเพิ่ม	44
1.3 ประเภทการใช้งาน ปริมาณการใช้ และค่าใช้จ่าย	45
2. ความพึงพอใจในการใช้บริการ	47
● บทที่ 4 พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ	48
1. การใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับโทรศัพท์สาธารณะ	48
2. ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ	50
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยกเลิกการให้บริการโทรศัพท์สาธารณะ	51

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

● บทที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	53
1. พฤติกรรมการใช้บริการ	53
2. การเปลี่ยน/ยกเลิก บริษัทผู้ให้บริการ	58
3. การเปลี่ยน/ เพิ่มบริษัทผู้ให้บริการ	60
4. การประเมินความพึงพอใจ	61
● บทที่ 6 พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศ	63
1. พฤติกรรมการใช้บริการ	63
2. ความพึงพอใจต่อบริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศ	66
● บทที่ 7 พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ	67
1. พฤติกรรมการใช้บริการ	67
2. สภาพตลาดของบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ	70
3. ความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ	73
● บทที่ 8 พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต	74
1. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต	74
2. ความถี่ในการใช้บริการต่างๆ	77
3. ความพึงพอใจในการใช้	80
● บทที่ 9 พฤติกรรมการใช้บริการวิทยุโทรทัศน์	81
1. พฤติกรรมการใช้บริการดูทีวีผ่านช่องฟรีทีวี	81
2. พฤติกรรมการใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่น	82
3. พฤติกรรมการใช้บริการดูทีวีผ่านระบบดาวเทียม	83
4. พฤติกรรมการใช้บริการฟังวิทยุ	84

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

● บทที่ 10 พฤติกรรมการใช้บริการหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยี	85
● บทที่ 11 การทดแทนกันของบริการโทรคมนาคมประเภทต่างๆ	88
1. การทดแทนกันของโทรศัพท์เคลื่อนที่กับโทรศัพท์พื้นฐาน	88
2. การทดแทนกันของโทรศัพท์เคลื่อนที่กับโทรศัพท์สาธารณะ	90
3. การใช้บริการโทรศัพท์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	91

ส่วนที่ 2 : การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้บริการโทรคมนาคม

● บทที่ 12 การวิเคราะห์อุปสงค์ของบริการเสียงและอินเทอร์เน็ต	93
1. อุปสงค์ของบริการโทรศัพท์พื้นฐาน	94
2. อุปสงค์ของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	99
3. อุปสงค์ต่อบริการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL	103
4. อุปสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS	107
● บทที่ 13 การวิเคราะห์ความเต็มใจจ่าย	111
1. การตัดสินใจยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์พื้นฐาน	111
2. การตัดสินใจเปลี่ยน/ เพิ่มเลขหมายผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	114
3. การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ต	116
● บทที่ 14 การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ย	118
1. ค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน	119
2. ค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	121
3. ค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ต	123

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
● บทที่ 15 สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้บริการโทรคมนาคม	125
1. การใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน	125
2. การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	127
3. การใช้บริการอินเทอร์เน็ต	128
 ข้อเสนอแนะ	 130
 เอกสารอ้างอิง	 133
 ภาคผนวก : ตารางข้อมูลผลการสำรวจ	 136

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 จำนวนประชากรทั่วประเทศแยกตามภาค	11
ตารางที่ 2 จำนวนตัวอย่างที่ต้องการจำแนกตามสัดส่วนประชากร	12
ตารางที่ 3 จำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลจริงจำแนกตามสัดส่วนเพศและ อายุของประชากร	14
ตารางที่ 4 การมีและไม่มีโทรศัพท์พื้นฐานใช้	43
ตารางที่ 5 การติดตั้งเพิ่มและเหตุผลที่ติดตั้งเพิ่ม	44
ตารางที่ 6 ประเภทการใช้งาน ปริมาณการใช้ และค่าใช้จ่าย	46
ตารางที่ 7 ความพึงพอใจในการใช้บริการ	47
ตารางที่ 8 การใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ ปริมาณการใช้และค่าใช้จ่าย	49
ตารางที่ 9 ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ	50
ตารางที่ 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยกเลิกการให้บริการโทรศัพท์สาธารณะ	52
ตารางที่ 11 การใช้บริการและบริษัทเครือข่ายที่ใช้เลือกบริการ	54
ตารางที่ 12 เหตุผลที่เลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	55
ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยจำนวนนาที่ที่ใช้งานต่อเดือนและค่าใช้บริการต่อเดือน (ทั่วประเทศ)	56
ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยจำนวนนาที่ที่ใช้งานต่อเดือนและค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ต่อเดือน (จำแนกภาค)	57
ตารางที่ 15 ประเภทการชำระเงิน ค่าใช้จ่ายทุกหมายเลขเฉลี่ยต่อเดือน และ ช่วงเวลาที่ใช้งาน	58
ตารางที่ 16 การเปลี่ยน/ยกเลิกบริษัทผู้ให้บริการ และบริษัทผู้ให้บริการ ที่ได้ทำการเปลี่ยน/ยกเลิก	59
ตารางที่ 17 เหตุผลที่เปลี่ยน/ยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่	59
ตารางที่ 18 การเปลี่ยน/ เพิ่มบริษัทผู้ให้บริการ และบริษัทผู้ให้บริการที่คิดจะเปลี่ยน/ เพิ่ม	60
ตารางที่ 19 เหตุผลที่จะเปลี่ยน/ เพิ่มหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่	61
ตารางที่ 20 ความพึงพอใจในการใช้บริการ	62
ตารางที่ 21 พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศแยกตามภูมิภาค	63
ตารางที่ 22 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศ	65
ตารางที่ 23 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อบริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศ	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 24 พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศแยกตามภูมิภาค	67
ตารางที่ 25 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ	69
ตารางที่ 26 การใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศระบบต่อตรงผ่าน โทรศัพท์พื้นฐานและเคลื่อนที่	70
ตารางที่ 27 ตลาดของบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศระบบต่อตรง	71
ตารางที่ 28 ผลการประเมินความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ	73
ตารางที่ 29 พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต	75
ตารางที่ 30 ปริมาณการใช้ ค่าใช้จ่าย และช่วงเวลาในการใช้งาน	77
ตารางที่ 31 ความถี่ในการใช้บริการต่างๆ	78
ตารางที่ 32 ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต	80
ตารางที่ 33 พฤติกรรมการดูทีวีผ่านช่องฟรีทีวี	81
ตารางที่ 34 พฤติกรรมการใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่น	82
ตารางที่ 35 พฤติกรรมการดูทีวีผ่านระบบดาวเทียม	83
ตารางที่ 36 พฤติกรรมการฟังวิทยุ	84
ตารางที่ 37 พฤติกรรมการใช้บริการหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยีผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	86
ตารางที่ 38 พฤติกรรมการใช้บริการหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยีผ่านอินเทอร์เน็ต	87
ตารางที่ 39 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่กับโทรศัพท์พื้นฐาน ในที่พักอาศัย	89
ตารางที่ 40 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์สาธารณะหลังจากที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่	90
ตารางที่ 41 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (VoIP)	92
ตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยของอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์พื้นฐาน	96
ตารางที่ 43 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยของอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	100
ตารางที่ 44 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยของอุปสงค์การใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL	104
ตารางที่ 45 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยของการใช้อินเทอร์เน็ตแบบ GPRS	109
ตารางที่ 46 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายการตัดสินใจยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์พื้นฐาน	113
ตารางที่ 47 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายการตัดสินใจเปลี่ยน/ เพิ่มเลขหมายผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่	115

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 48 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ต	117
ตารางที่ 49 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน	120
ตารางที่ 50 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	122
ตารางที่ 51 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ต	124

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปภาพที่ 1 Linear Probability Model	38
รูปภาพที่ 2 CDF รูปตัว S	39
รูปภาพที่ 3 บริษัทเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เลือกใช้บริการ (ทั่วประเทศ)	54
รูปภาพที่ 4 ตลาดบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน	72
รูปภาพที่ 5 ตลาดบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	72
รูปภาพที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และราคาของบริการโทรศัพท์พื้นฐาน	97
รูปภาพที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้โทรศัพท์พื้นฐานและ รายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการ	98
รูปภาพที่ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และราคาของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	101
รูปภาพที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และ รายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการ	102
รูปภาพที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และราคาของบริการอินเทอร์เน็ตแบบ ADSL	106
รูปภาพที่ 11 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อินเทอร์เน็ตแบบ ADSL และ รายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการ	107
รูปภาพที่ 12 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และราคาของบริการอินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS	110
รูปภาพที่ 13 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS และ รายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการ	110

รายชื่อคณะทำงานโครงการ

นักวิจัย

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ศุภชัย ศุภชาติชัย
- ศาสตราจารย์.ดร.ประยงค์ เนตยารักษ์
- รองศาสตราจารย์.ดร.ปรางกร อามาตย์
- รองศาสตราจารย์.ดร.ชนินทร์ มีโกศล
- ดร.ธเนศ เมฆจำเริญ

นักวิจัยผู้ช่วย

- นายฐิตินันท์ วัฒนิน
- นางสาวณัฐกัญญา จรุงศรี
- นางสาวทิมพร สิงโตมาศ
- นางสาวรนิษฐา นวลแก้ว
- นางสาวดุชนิญา อินทพัฒน์
- นางสาวญาดา พุฒารวงศ์
- นางสาวธนิศา แยมศิริ

ผู้รับผิดชอบงานภาคสนาม

จังหวัดเชียงใหม่	: รศ.ดร.ลือชัย จุลาลัย	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	: อาจารย์เดชนะ สิโรรส	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
จังหวัดพิษณุโลก	: รศ.ดร.เนติ วรรณุช	มหาวิทยาลัยนเรศวร
จังหวัดขอนแก่น	: คุณอรฤดี เขียวสุภะพงษ์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
จังหวัดอุบลราชธานี	: ผศ. ดร. สุภาวดี แก้วระหัน	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
จังหวัดสงขลา	: อาจารย์วิฑูรย์ เหมทานนท์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้รับผิดชอบงานภาคสนาม (ต่อ)

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	: ผศ. พรรณี คอนจ่อหอ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
จังหวัดลพบุรี	: อาจารย์พิพัฒน์ ศรัณย์ โพธิ์บุญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
จังหวัดจันทบุรี	: อาจารย์อุไรวรรณ วุฒิกะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
กรุงเทพมหานคร	: คุณธัญวีร์ ชวนชื่น	ศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่าง ประเทศ มธ.

ส่วนที่ 1

ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้บริการ โทรคมนาคมและวิทยุโทรทัศน์

บทที่ 1

บทนำ

โครงการจัดทำหนังสือเกี่ยวกับกิจการโทรคมนาคมและวิทยุโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยี Convergence ครั้งนี้ เน้นใช้ระเบียบวิธีวิจัยในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เป็นสำคัญ เพื่อให้สามารถอธิบายภาพรวมของผู้ใช้บริการได้ทั่วประเทศ ภายใต้แนวคิดเรื่องความต้องการใช้บริการโทรคมนาคม และความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งประกอบไปด้วยการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้บริการโทรคมนาคมในภาพรวม และการวิเคราะห์ผลด้วยแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์

1. ที่มาของการสำรวจ

จากการที่คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) มีหน้าที่ในการกำหนดมาตรการป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมตามพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2543 มาตรา 51 (13) และ (14) ประกอบกับมาตรา 21 กำหนดว่าการประกอบกิจการโทรคมนาคมนอกจากจะต้องอยู่ในบังคับของกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าแล้ว ให้คณะกรรมการกำหนดมาตรการเฉพาะตามลักษณะการประกอบกิจการโทรคมนาคมมิให้ผู้รับใบอนุญาตกระทำการอย่างใดอันเป็นการผูกขาด หรือลดหรือจำกัดการแข่งขันในการให้บริการโทรคมนาคม ในเรื่องการอุดหนุนการบริการการถือครองธุรกิจให้บริการประเภทเดียวกัน การใช้อำนาจทางการตลาดที่ไม่เป็นธรรม พฤติกรรมกีดกันการ

แข่งขัน และการคุ้มครองผู้ประกอบการรายย่อย ดังนั้น กทช. ได้ออกประกาศเพื่อกำกับดูแลด้านการแข่งขันประกอบกิจการ คือ ประกาศ กทช. เรื่อง มาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2549 ซึ่งเป็นการกำกับดูแลโดยบังคับแก่การกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม

ทั้งนี้ ปัจจุบันสภาพแวดล้อมของการหลอมรวมเทคโนโลยี (Convergence) ได้ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการให้บริการในกิจการโทรคมนาคมอย่างมาก การให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน (Fixed Line) มิใช่เป็นการให้บริการโทรศัพท์เพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่ประกอบไปด้วยการให้บริการสื่อสารข้อมูล รวมถึงการให้บริการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตอีกด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างการกำกับดูแล ดังนั้น การกำกับดูแลการแข่งขันจำเป็นต้องมีข้อมูลอย่างเพียงพอเพื่อใช้ในการพิจารณา ในส่วนของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน ซึ่ง กทช. จำเป็นต้องทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมทั้งสภาพการแข่งขันในตลาด ซึ่งการศึกษาสำรวจในพื้นที่ตัวอย่างจะทำให้ กทช. ได้รับข้อมูลที่จำเป็นเพื่อใช้ในการกำกับดูแลการแข่งขันในตลาดต่อไป นอกจากนี้ การเผยแพร่องค์ความรู้ในเรื่องดังกล่าวเพื่อให้ความรู้กับประชาชนและผู้ให้บริการให้เข้าใจถึงกลไกทางการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคม ถือเป็นเรื่องสำคัญที่ กทช. ควรดำเนินการควบคู่กันไปด้วย

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อทราบถึงข้อมูลด้านอุปสงค์ (Demand) ของโทรศัพท์พื้นฐาน (Fixed Line) ทั้งการสื่อสารทางเสียง (Voice) และมิใช่เสียง (Non-voice) การทดแทนกันของบริการประเภทต่างๆ ภายใต้สภาพแวดล้อมของการหลอมรวม (Convergence) เช่น โทรศัพท์พื้นฐานกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ พฤติกรรมของผู้บริโภคในบริการต่างๆ เช่น การใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลต่างประเทศ โทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศ บริการอินเทอร์เน็ต (Internet) ในรูปแบบต่างๆ การเข้าถึงบริการต่างๆ การใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ ความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของค่าบริการ โดยใช้การวิเคราะห์ความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay) ของผู้บริโภคในบริการต่างๆ เช่น ค่าบริการของการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ (Dial-up Internet) และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broadband Internet) เป็นต้น เพื่อเป็นประโยชน์แก่ กทช. ในการกำกับดูแลการแข่งขันภายใต้สภาพแวดล้อมของการหลอมรวม (Convergence)

2.2 เพื่อทราบถึงข้อมูลภาคสนามที่จะใช้ในการคำนวณค่าความยืดหยุ่นและความยืดหยุ่นไขว้ของอุปสงค์ (Elasticity and Cross-elasticity of Demand) ของโทรศัพท์พื้นฐาน เพื่อใช้ในการกำหนดนิยามของตลาด (Market Definition) จากทางด้านอุปสงค์ (Demand Side)

2.3 เพื่อนำเอาข้อมูลและการวิเคราะห์จากโครงการไปใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อจัดทำเป็นข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ในการพัฒนาศักยภาพในบริการโทรคมนาคมอย่างเหมาะสมโดยใช้พื้นฐานจากความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมทั้งการปรับปรุงมาตรการกำกับดูแลให้เป็นธรรมกับผู้บริโภค

2.4 เพื่อทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้บุคคลทั่วไปได้รับทราบและเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้บริการที่มีความเกี่ยวเนื่องและสัมพันธ์กันของการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ พร้อมทั้งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีซึ่งนำมาสู่การหลอมรวม

3. นิยามศัพท์เฉพาะ

ส่วนที่ 1 การใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน

การให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน	การให้บริการสื่อสารทางเสียงผ่านการเชื่อมต่อด้วยระบบโทรศัพท์แบบใช้สาย ทั้งที่เป็นลวดสายทองแดง หรือสายเคเบิลใยแก้ว โทรศัพท์พื้นฐานอาจเรียกว่า โทรศัพท์บ้าน
ผู้ให้บริการ	บริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน
การใช้งาน	การให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ณ ที่พักอาศัย โดยเป็นการใช้งานรายบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
ค่าใช้จ่าย/ ค่าใช้บริการ	ค่าใช้จ่ายของการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ณ ที่พักอาศัย โดยเป็นค่าใช้จ่ายของครัวเรือน ซึ่งพิจารณาจากใบเรียกเก็บค่าบริการ

ส่วนที่ 2 การใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ

การใช้บริการโทรศัพท์ สาธารณะ	การใช้บริการโดยปกติในแต่ละเดือน อาจมีได้หมายถึง การใช้งาน เป็นประจำทุกเดือน แต่ดูพฤติกรรมโดยเฉลี่ยในแต่ละเดือนว่ามีการ ใช้บริการหรือไม่
---------------------------------	---

ส่วนที่ 3 การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

การใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่	โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือโทรศัพท์มือถือ (และมีการเรียก วิทยุ โทรศัพท์) คืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการสื่อสารสองทางผ่าน โทรศัพท์มือถือใช้คลื่นวิทยุในการติดต่อกับเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ โดยผ่านสถานีฐาน โดยเครือข่ายของโทรศัพท์มือถือแต่ละผู้ ให้บริการจะเชื่อมต่อกับเครือข่ายของโทรศัพท์บ้านและเครือข่าย โทรศัพท์มือถือของผู้ให้บริการอื่น
ผู้ให้บริการ	บริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
ค่าใช้จ่ายในการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่	ค่าโทรศัพท์ที่ใช้รายเดือน ในกรณีผู้ให้สัมภาษณ์ใช้ซิมการ์ดประเภท เติมเงิน (Prepaid) ถือว่าค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เท่ากับ มูลค่าบัตรโทรศัพท์ที่ผู้ให้สัมภาษณ์เติมเงินในแต่ละเดือน ขณะที่ การจ่ายเงินแบบรายเดือน ให้ถือว่าค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์ เคลื่อนที่เท่ากับจำนวนเงินที่จ่ายทั้งหมดตามใบเรียกเก็บค่าโทรศัพท์ ในแต่ละเดือน โดยไม่ต้องหักลบค่าบริการเสริมใดๆ ที่นอกเหนือจาก ค่าโทรศัพท์ออก
ผู้ชำระเงิน	ผู้ที่จ่ายเงินค่าใช้บริการโทรศัพท์ ซึ่งในที่นี้ แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ส่วนตัว (จ่ายเอง) และ ธุรกิจ (มีหน่วยงาน/องค์กรจ่ายค่าบริการให้)

**ชื่อเสียงของแบรนด์
ผู้ให้บริการ** ในที่นี้หมายถึง ชื่อเสียงของบริษัทเครือข่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้
บริการ ไม่ใช่ตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่

ส่วนที่ 4 การใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศ

**การใช้บริการโทรศัพท์
ทางไกลภายในประเทศ** การสื่อสารทางเสียงที่มีการติดต่อด้วยเลขรหัสโทรศัพท์ต่างกัน ซึ่ง
ไม่ได้พิจารณาจากพื้นที่ อาทิเช่น การโทรจากรหัส 02-xxx-xxxx ไป
ยังรหัส 034-xxx-xxx เป็นต้น บางกรณีภายในจังหวัดเดียวกันอาจมี
2 รหัส เช่น จังหวัดนครปฐม มีทั้งการใช้รหัส 02 และ 034 ซึ่งในเชิง
พื้นที่จะเห็นว่าไม่ได้เป็นการโทรทางไกล แต่หากพิจารณารหัสจะ
พบว่ามีราคาค่าบริการต่างกัน

ส่วนที่ 5 การใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ

**การใช้บริการโทรศัพท์
ทางไกลระหว่างประเทศ** การสื่อสารทางเสียงที่มีการติดต่อด้วยเลขรหัสโทรศัพท์ต่างกัน โดย
เน้นพิจารณาจากการติดต่อข้ามเขตพรมแดนประเทศ เป็นสำคัญ
เช่น การโทรจากประเทศไทย ไปเลขหมายรหัสปลายทาง ประเทศ
มาเลเซีย เป็นต้น การติดต่อสื่อสารทางไกลระหว่างประเทศดังกล่าว
นับรวมทั้งการติดต่อจากต้นทาง ทั้งที่ผ่านทางโทรศัพท์พื้นฐาน และ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่ปลายทางนั้น ไม่ได้สนใจว่าจะเป็นการโทรเข้า
โทรศัพท์รูปแบบใด เน้นที่ตัวผู้โทรออกมากกว่า และพิจารณาเลข
รหัสปลายทางเป็นสำคัญ กล่าวคือ จะใช้การพิจารณาการโทร
ออกไปปลายทางต่างประเทศที่ต้องอาศัยช่องทางเชื่อมต่อ
(Gateway) ว่าผ่านทางผู้ให้บริการรายใดเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ตาม หากปลายทางเป็นหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ
ไทย (นำไปใช้งานในต่างประเทศด้วยระบบข้ามแดนอัตโนมัติ) การ
ใช้งานรูปแบบดังกล่าวไม่ถือว่าเป็นการใช้งานโทรศัพท์ทางไกล

ระหว่างประเทศ แต่เรียกว่าการ Roaming

นอกจากนี้ การใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ ใน
การศึกษานี้ จะไม่รวมการติดต่อผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เช่น
การใช้โทรศัพท์ผ่าน Skype หรือ โปรแกรมอื่นๆ

**การใช้โทรศัพท์ทางไกล
ระหว่างประเทศระบบ
ต่อตรง** การเชื่อมต่อโดยตรง ผ่านผู้ให้บริการเลขหมาย 3 หลัก เช่น CAT
009 หรือ TOT 008 เป็นต้น

**การใช้โทรศัพท์ทางไกล
ระหว่างประเทศด้วย
บัตรโทรศัพท์** การใช้บัตรโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ โดยโทรเข้าเชื่อมต่อ
ผ่านเลขหมายของศูนย์ผู้ให้บริการก่อน

ส่วนที่ 6 การใช้บริการอินเทอร์เน็ต

**การใช้บริการ
อินเทอร์เน็ต** การเชื่อมต่อใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ต จะพิจารณาทั้งการใช้งาน
อินเทอร์เน็ตผ่านการเชื่อมต่อระบบสายและระบบไร้สาย การใช้งาน
ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เคลื่อนที่ กล่าวคือ พิจารณา
การใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยรวม ไม่ว่าจะใช้ผ่านอุปกรณ์ หรือ
เชื่อมต่อด้วยรูปแบบใด

ดังนั้น จะสอบถามรูปแบบการเชื่อมต่อ ค่าใช้จ่าย และจำนวนนาฬิกา
ใช้งานโดยรวมทั้งหมด ไม่ว่าผู้ตอบจะใช้งานทั้งที่บ้าน ที่ทำงาน และ
ใช้งานบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็ตาม เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการใช้
อินเทอร์เน็ตโดยรวมทั้งหมดของบุคคล

ADSL ย่อมาจากคำว่า Asymmetric Digital Subscriber Line คือ
เทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงแบบดิจิทัลที่ช่วยให้
ผู้ใช้งานสามารถติดต่อสื่อสารอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายระยะไกลได้

ด้วยความเร็วสูง โดยใช้คู่สายโทรศัพท์ธรรมดา เทคโนโลยี ADSL แยกความถี่ออกเป็นสองช่องสัญญาณ สำหรับโทรศัพท์ (Voice) และสำหรับการรับส่งข้อมูล (Data) จึงทำให้สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตไปพร้อม ๆ กับใช้งานโทรศัพท์ ADSL มีความเร็วในการรับ (Downstream) และส่ง (Upstream) ข้อมูลไม่เท่ากัน โดยมีความเร็วในการรับข้อมูลสูงสุดถึง 8 Mbps. และความเร็วในการส่งข้อมูลสูงสุด 640 Kbps. ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล แสดงด้วยชุดตัวเลข เช่น 256/128, 512/256 เป็นต้น ความเร็วแรกเป็นความเร็วในการรับข้อมูล ความเร็วที่สอง เป็นความเร็วในการส่งข้อมูล

Dial-up

บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบหมุนโทรศัพท์ (Dial up/ISDN) เหมาะสำหรับผู้ที่มีการใช้งานไม่มาก หรือไม่ต้องการการเชื่อมต่อตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายต่ำ และสื่อสารข้อมูลด้วยความเร็ว 56 - 128 kbps

Hot Spot

อาณาบริเวณที่สามารถเข้าถึงโครงข่ายไร้สาย 802.11b หรือ WiFi ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ ในที่นี้หมายถึง การให้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายแบบสาธารณะความเร็วสูง ด้วยเทคโนโลยีของ Wireless LAN แบบมีค่าใช้จ่าย ซึ่งในปัจจุบันก็มีให้บริการกันมากขึ้นเรื่อยตามแหล่งธุรกิจ อาทิ สนามบิน โรงแรม ร้านอาหาร ศูนย์การค้า โรงพยาบาล และ อาคารสำนักงาน โดยใช้เทคโนโลยีบรอดแบนด์ผสมผสานกับเทคโนโลยีไร้สาย (WiFi) ทำให้สามารถออนไลน์ได้ทุกที่ในสถานที่ที่บริการให้ Hot Spot

WiFi

ย่อมาจาก Wireless Fidelity หมายถึงชุดผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่สามารถใช้ได้กับมาตรฐานเครือข่ายคอมพิวเตอร์แบบไร้สาย (WLAN) ซึ่งอยู่บนมาตรฐาน IEEE 802.11 อย่างไรก็ตาม ในที่นี้เป็นการใช้ในความหมายที่คนทั่วไปนิยมเรียกกันเพื่อแทนคำว่า Wireless LAN นั่นเอง

Wireless LAN / WLAN	ย่อมาจากคำว่า Wireless Local Area Network หรือ ระบบเครือข่ายไร้สาย เป็นระบบการสื่อสารข้อมูลที่มีความคล่องตัวมาก ซึ่งอาจจะนำมาใช้ทดแทนหรือเพิ่มต่อกับระบบเครือข่าย LAN แบบดั้งเดิม โดยใช้การส่งคลื่นความถี่วิทยุในย่านวิทยุ RF และคลื่นอินฟราเรดในการรับและส่งข้อมูลระหว่างคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่องผ่านอากาศโดยปราศจากความต้องการของการเดินสาย
LAN	ระบบที่เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์เข้าด้วยกันเป็นเครือข่ายภายในพื้นที่ เช่น ระบบ LAN ภายในบ้าน ในบริษัทหรือองค์กร ในมหาวิทยาลัย เป็นต้น ในที่นี้หมายถึง การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านระบบ LAN
GPRS	ย่อมาจากคำว่า General Packet Radio Service หมายถึง บริการต่างๆ ที่ผ่านทาง Radio Interface ในระหว่างผู้ใช้งานทางและปลายทางซึ่งไม่ว่าจะเป็น Application Server หรือแม้แต่ตัวโทรศัพท์เคลื่อนที่เองก็ตามจะถูกแปลงเป็น Packet ซึ่งมี IP Address กำกับอยู่ภายใน ซึ่งจะไม่เหมือนเดิมที่เคยใช้กัน คือ ระบบ Radio Frame ที่ใช้กันในการส่งข้อมูลเสียงพูดบนระบบ GSM สำหรับในที่นี้หมายถึง การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านระบบ GPRS
EDGE	ย่อมาจากคำว่า Enhanced Data Rates for Global Evolution เป็นระบบอินเทอร์เน็ตไร้สาย 2.75G ในเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่คล้ายกับระบบ GPRS แต่มีความเร็วที่สูงกว่าคือมีความเร็วอยู่ในระดับ 200-300 Kbps ซึ่งสูงกว่าการส่งด้วยเครือข่าย GPRS ถึง 4 เท่า ช่วยให้ได้รับประโยชน์จากการส่ง-รับข้อมูล (Applications/Contents) บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้มากกว่าและรวดเร็วกว่า

3G

การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านเทคโนโลยี 3G หรือ Third Generation ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคที่ 3 โดยอุปกรณ์การสื่อสารในยุค 3G นั้นจะเป็นอุปกรณ์ที่ผสมผสานการนำเสนอข้อมูลและเทคโนโลยีในปัจจุบันเข้าด้วยกัน จุดเด่นของ 3G คือสามารถรับ-ส่งข้อมูลแบบไร้สายผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ไร้สายความเร็วสูงได้รวดเร็วมากขึ้น โดยสามารถรับ-ส่งข้อมูลด้วยความเร็วสูงได้ถึง 7,200 Kbps

VoIP

ย่อจากคำว่า Voice over Internet Protocol คือ ระบบการสื่อสารด้วยเสียงผ่านเครือข่าย IP เพื่อให้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลสามารถสนทนาระหว่างกันได้ รวมถึงการสนทนากับโทรศัพท์พื้นฐาน ซึ่งคุณภาพของบริการได้ถูกพัฒนาขึ้นมาเรื่อยๆ จนเทียบเท่าระบบโทรศัพท์พื้นฐาน ซึ่ง VoIP สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ (1) คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไปยังคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (PC to PC) (2) คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไปยังโทรศัพท์พื้นฐาน (PC to Phone) และ (3) โทรศัพท์กับโทรศัพท์ (Telephony) เป็นการใช้โทรศัพท์ธรรมดาติดต่อกับโทรศัพท์ธรรมดา ในที่นี้จะหมายถึงการใช้บริการลักษณะที่ (1) และ (2) เท่านั้น

บทที่ 2

ระเบียบวิธีการสำรวจ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey research) ในแต่ละวิธีการศึกษามีการเก็บข้อมูลเป็นขั้นตอน และมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน รายละเอียดวิธีการศึกษาทั้งหมด มีดังต่อไปนี้

1. แนวทางการเก็บข้อมูล

สำหรับการเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ กลุ่มประชากรเป้าหมายคือ ประชาชนทั่วประเทศ เทคนิควิธีการสุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้คือ การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) และกำหนดลักษณะของตัวอย่างให้สอดคล้องกับสัดส่วนของประชากรเป้าหมายจากจำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎร ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่กำหนดในการสำรวจคือ 2,000 ตัวอย่าง สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดก่อนนำเข้าวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ประชากรไทยทั่วประเทศ ตามข้อมูลของสำนักทะเบียนราษฎร กรมการปกครอง พบว่ามีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 63,389,730 คน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551) การกำหนดขนาดตัวอย่าง หากใช้การคำนวณหาขนาดของตัวอย่างน้อยที่สุด โดย

กำหนดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ระดับ 0.05 และคำนวณหาขนาดของตัวอย่างโดยใช้สูตรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970)¹ ซึ่งจากสูตรการคำนวณดังกล่าว ขนาดของตัวอย่างขั้นต่ำที่จะใช้ในการศึกษา คือ 384 คน อย่างไรก็ตาม ในการสำรวจครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างมากกว่าขนาดของตัวอย่างขั้นต่ำที่คำนวณได้ เพื่อความครอบคลุมในความหลากหลายของข้อมูล ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้จึงกำหนดไว้ที่ 2,000 คน สำหรับการสุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีลำดับขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างเป็นแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratifies sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างประชากรแบบที่แบ่งประชากรออกเป็นชั้นภูมิ โดยแต่ละชั้นภูมิประชากรจะมีลักษณะที่หลากหลายหรือมีความแตกต่างกัน ซึ่งจะได้ลำดับการสุ่มตัวอย่างลงไปทีละชั้นๆ จากกรอบที่กว้างเรื่อยลงมาแคบลง โดยในขั้นตอนนี้ ในชั้นภูมิแรกจะแบ่งประชากรตามเกณฑ์ภูมิศาสตร์ ออกเป็น 5 เขต² คือ กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือและภาคใต้ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรทั่วประเทศแยกตามภาค

หน่วย : คน

จำนวนประชากรแยกตามภาค	ชาย	หญิง	รวม	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	2,722,313	2,988,570	5,710,883	9.0
ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพ)	7,635,327	7,980,641	15,615,968	24.6
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	10,704,279	10,738,414	21,442,693	33.8
ภาคเหนือ	5,870,420	6,008,221	11,878,641	18.7
ภาคใต้	4,323,530	4,418,015	8,741,545	13.8
รวม	31,255,869	32,133,861	63,389,730	100.0

ที่มา : สำนักงานกลางทะเบียนราษฎร กรมการปกครอง, 2551

¹ Krejcie. R.V. and Morgan. D.V. 1970. "Determining Sample Size for Research Activities" Educational and Psychological Measurement.

² ตามเกณฑ์การแบ่งของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ทั้งนี้ กรุงเทพมหานครถูกแบ่งแยกเขตออกจากภาคกลาง เนื่องจากว่า กรุงเทพมหานครมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ อยู่มาก ทั้งในด้านการพัฒนา ความ เป็นเมือง สภาพเศรษฐกิจ การปกครอง และการกระจายตัวของประชากร

ขั้นตอนที่ 2 พิจารณาแบ่งประชากรในชั้นภูมิลำดับถัดมาคือ การกำหนดจังหวัด โดยดำเนินการสุ่มตัวอย่างเลือกจังหวัดในแต่ละภูมิภาคมาอย่างละ 2 จังหวัด (ยกเว้น กรุงเทพมหานคร) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการพิจารณาการกระจายตัวเชิงพื้นที่ของจังหวัดที่เป็นตัวอย่าง ซึ่งได้ตัวแทนจังหวัดรวม 9 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร ลพบุรี ระยอง ขอนแก่น อุบลราชธานี เชียงใหม่ พิษณุโลก ประจวบคีรีขันธ์ และสงขลา

ขั้นตอนที่ 3 เมื่อได้ตัวแทนจังหวัดในแต่ละภูมิภาคแล้ว จากนั้นจะทำการสุ่มตัวอย่างด้วยการคำนวณตามสัดส่วนประชากร (Proportional to Size) โดยเน้นพิจารณาตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์โดยใช้ฐานการคำนวณของประชากรทั้งประเทศเป็นหลัก ทั้งในด้านสัดส่วนเพศและอายุ โดยในระดับประเทศ สัดส่วนเพศชายต่อเพศหญิง เท่ากับ 97 : 100 (ประชากรชายมีร้อยละ 49.3 ส่วนประชากรหญิงมีร้อยละ 50.7 ของประชากรทั้งหมด)

ตารางที่ 2 จำนวนตัวอย่างที่ต้องการจำแนกตามสัดส่วนประชากร

หน่วย : คน

จังหวัด	จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ			สำรวจ 10%	รวมเก็บข้อมูลจริง
	ชาย	หญิง	รวม		
กรุงเทพมหานคร	89	91	180	18	198
กลาง	242	250	492	50	542
ลพบุรี	121	125	246	25	271
ระยอง	121	125	246	25	271
ตะวันออกเฉียงเหนือ	334	342	676	68	744
ขอนแก่น	167	171	338	34	372
อุบลราชธานี	167	171	338	34	372
เหนือ	184	190	374	38	412
เชียงใหม่	92	95	187	19	206
พิษณุโลก	92	95	187	19	206
ใต้	138	140	278	28	306
ประจวบคีรีขันธ์	69	70	139	14	153
สงขลา	69	70	139	14	153
รวม	986	1,014	2,000	202	2,202

ที่มา : จากการคำนวณตามสัดส่วนประชากรทั่วประเทศ

ทั้งนี้ จากสัดส่วนประชากรในแต่ละภูมิภาค (ตารางที่ 2) เมื่อนำมาคำนวณตามจำนวนประชากรในจังหวัดตัวอย่างทั้ง 9 จังหวัด โดยพิจารณาแยกตามสัดส่วนเพศชายและหญิง จะได้ลักษณะจำนวนตัวอย่างที่ต้องการตามสัดส่วนของประชากรทั้งประเทศดังตาราง 2 อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำที่ต้องการคือ 2,000 ตัวอย่าง แต่ในการกำหนดจำนวนเพื่อเก็บตัวอย่างจริงจะกำหนดไว้เกินกว่าที่ต้องการร้อยละ 10 เพื่อสำรองกรณีที่แบบสอบถามมีข้อคำตอบไม่สมบูรณ์ จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์จะได้มีขาดไป

เพื่อความละเอียดในการสุ่มตัวอย่างมากยิ่งขึ้น นอกจากการคำนวณตามสัดส่วนประชากรด้านเพศแล้ว ในการศึกษาครั้งนี้ได้คำนวณสัดส่วนตามอายุของประชากรด้วย เพื่อให้ได้ลักษณะตัวอย่างที่ตรงตามคุณลักษณะของประชากรทั้งหมดได้เป็นอย่างดี โดยแบ่งอายุประชากรเป็น 3 วัยคือ วัยเด็ก (อายุต่ำกว่า 15 ปี) วัยกำลังแรงงาน (อายุ 15 – 60 ปี) และวัยสูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) โดยร้อยละอายุของประชากรทั้งประเทศตามวัยดังกล่าวคือ ร้อยละ 20.8 64.7 และ 11.8 ตามลำดับ³ ซึ่งจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลจึงสามารถคำนวณได้ดังตารางที่ 3

ขั้นตอนที่ 5 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างอย่างแบบวิจรณญาณ หรือแบบเจาะจง (Judgement or Purposive Sampling) โดยเลือกตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรที่กำหนดไว้แล้วออกเก็บข้อมูลกระจายตามพื้นที่ ทั้งในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล อย่างไรก็ตาม การเลือกตัวอย่างจะกระจายตามลักษณะการประกอบอาชีพด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลจากตัวอย่างที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

³ อ้างอิงจากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2552

ตารางที่ 3 จำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลจริงจำแนกตามสัดส่วนเพศและอายุของประชากร

หน่วย : คน

จังหวัด	ชาย			หญิง			รวม
	วัยเด็ก	วัยแรงงาน	วัยสูงอายุ	วัยเด็ก	วัยแรงงาน	วัยสูงอายุ	
กรุงเทพมหานคร	20	66	11	21	68	12	198
กลาง	56	180	32	58	184	32	542
ลพบุรี	28	90	16	29	92	16	271
ระยอง	28	90	16	29	92	16	271
ตะวันออกเฉียงเหนือ	76	248	44	78	254	44	744
ขอนแก่น	38	124	22	39	127	22	372
อุบลราชธานี	38	124	22	39	127	22	372
เหนือ	42	136	24	44	140	26	412
เชียงใหม่	21	68	12	22	70	13	206
พิษณุโลก	21	68	12	22	70	13	206
ใต้	32	102	18	32	104	18	306
ประจวบคีรีขันธ์	16	51	9	16	52	9	153
สงขลา	16	51	9	16	52	9	153
รวม	226	732	129	233	750	132	2,202
	1,087			1,115			

หมายเหตุ : ตัวเลขจากการคำนวณสัดส่วนมีการปัดเศษทศนิยมให้เป็นจำนวนเต็ม

(วัยเด็ก = อายุ 12 - 14 ปี / วัยแรงงาน = อายุ 15 - 59 ปี / วัยสูงอายุ = อายุ 60 ปีขึ้นไป)

ที่มา : จากการคำนวณตามสัดส่วนประชากรทั่วประเทศ

1.2 การดำเนินการเก็บข้อมูล

การดำเนินการเก็บข้อมูล คณะผู้วิจัยได้จัดแบ่งเจ้าหน้าที่สำหรับดำเนินการสัมภาษณ์ เก็บข้อมูลในพื้นที่จังหวัดตัวอย่างที่สุ่มได้ ผ่านทางการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานเครือข่าย ของศูนย์ฯ ในแต่ละภูมิภาค ซึ่งแบ่งการรับผิดชอบดังนี้

จังหวัด	หน่วยงานรับผิดชอบ
กรุงเทพมหานคร	ศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
กลาง	
ลพบุรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
จันทบุรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ตะวันออกเฉียงเหนือ	
ขอนแก่น	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
อุบลราชธานี	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
เหนือ	
เชียงใหม่	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พิษณุโลก	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ใต้	
ประจวบคีรีขันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
สงขลา	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

1.3 ระยะเวลาการเก็บข้อมูล

การสำรวจนำร่องโดยใช้แบบสอบถามครั้งนี้ ดำเนินการเก็บข้อมูล 2 เดือน ช่วงระหว่าง เดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2553

1.4 แบบสอบถาม

ในการสำรวจครั้งนี้ เน้นในส่วนของทฤษฎีวิเคราะห์อุปสงค์ (Demand analysis) และพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) เป็นสำคัญ ตัวแปรหลักที่ใช้ในการศึกษาจึงเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในที่พักอาศัย ทั้งการสื่อสารทางเสียงและมีโซ่เสียง
- พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ
- พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งการสื่อสารทางเสียงและมีโซ่เสียง
- พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ
- พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในที่พักอาศัย
- พฤติกรรมการใช้บริการวิทยุโทรทัศน์
- พฤติกรรมการใช้บริการบริการหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยี
- ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการโทรคมนาคมด้านต่างๆ
- ข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปรดังกล่าวจึงเป็นข้อคำถามที่สอบถามทั้งพฤติกรรมการใช้งาน ความถี่ ค่าใช้จ่าย ประเภทและลักษณะในการทำงาน รวมทั้งความพึงพอใจ และความต้องการในการใช้บริการ ซึ่งจากตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมดสามารถสร้างเป็นข้อคำถามได้แบบสอบถามดังนี้

□-□□-□□□

ภาค - จังหวัด - เลขที่แบบสอบถาม

แบบสอบถาม
“โครงการจัดทำหนังสือเกี่ยวกับกิจการโทรคมนาคมและวิทยุโทรทัศน์
ในยุคลหอมรวมสื่อและเทคโนโลยี Convergence”

คำชี้แจง : กรุณาตอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ และ/หรือ เติมข้อความในช่องว่างแล้วแต่กรณี

ส่วนที่ 1 การใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน

1. เท่าที่ท่านทราบ ในเขตที่พักอาศัยของท่านสามารถติดตั้งโทรศัพท์พื้นฐานของบริษัทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1.1) TOT ☐ 1.2) TRUE ☐ 1.3) TT&T ☐ 0) ไม่ทราบ

2. ที่พักอาศัยของท่านมีโทรศัพท์พื้นฐานของบริษัทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 2.1) TOT ☐ 2.2) TRUE ☐ 2.3) TT&T ☐ 0) ไม่มีเลย (ข้ามไปส่วนที่ 2)

3. ปัจจุบันท่านมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของแต่ละหมายเลขเป็นเท่าไร

จำนวนหมายเลขที่ใช้งาน	ผู้ให้บริการ			จำนวนเงินที่จ่าย เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)
	TOT (1)	TRUE (2)	TT&T (3)	
เบอร์ที่ 1				
เบอร์ที่ 2				
เบอร์ที่ 3				
รวม				

4. โดยปกติในแต่ละเดือน ท่านใช้โทรศัพท์พื้นฐานที่บ้าน (เฉพาะการใช้งานเสียง) โดยเฉลี่ยกี่ครั้ง และครั้งละกี่นาที

การโทรออก	การใช้บริการโดยประมาณ	
	จำนวนครั้งที่ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวนนาทีที่ใช้งานเฉลี่ยในแต่ละครั้ง
☐ 0) ไม่ได้ใช้เลย		
☐ 1) ใช้บริการ	ครั้ง/เดือน	เฉลี่ยครั้งละ.....นาที

แบบสอบถาม CVG หน้า 1

5. ท่านเคยยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานหรือไม่

- ☐ 0) ไม่เคย.....ข้ามไปถามข้อ 6
☐ 1) เคย.....ถามข้อต่อไป

5.1 ท่านได้ดำเนินการยกเลิกเลขหมายดังกล่าวเมื่อใด

- ☐ 1) 6 เดือนที่ผ่านมา ☐ 2) 6 - 12 เดือนที่ผ่านมา ☐ 3) มากกว่า 1 ปีที่ผ่านมา

5.2 เลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานที่ยกเลิกเป็นของบริษัทใด

- ☐ 1) TOT ☐ 2) TRUE ☐ 3) TT&T

5.3 เหตุผลที่ท่านยกเลิกเลขหมายดังกล่าว เพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 5.3.1) เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย
☐ 5.3.2) การบริการไม่ดี
☐ 5.3.3) คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค
☐ 5.3.4) ไม่ต้องการใช้บริการเสริมอื่นๆ หรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น
☐ 5.3.5) อื่นๆ (ระบุ).....

6. ท่านเคยเพิ่มเลขหมายหรือไม่

- ☐ 0) ไม่เคย.....ข้ามไปถามข้อ 7
☐ 1) เคย.....ถามข้อต่อไป

6.1 ท่านได้เพิ่มเลขหมายดังกล่าวเมื่อใด

- ☐ 1) 6 เดือนที่ผ่านมา ☐ 2) 6 - 12 เดือนที่ผ่านมา ☐ 3) มากกว่า 1 ปีที่ผ่านมา

6.2 เลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานที่เพิ่มเป็นของบริษัทใด

- ☐ 1) TOT ☐ 2) TRUE ☐ 3) TT&T

6.3 เหตุผลที่ท่านเพิ่มเลขหมายดังกล่าว เพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 6.3.1) ค่าบริการมีราคาถูก
☐ 6.3.2) มีคุณภาพ และเทคโนโลยีดี
☐ 6.3.3) มีระบบการบริการที่ดี
☐ 6.3.4) ต้องการใช้บริการเสริมอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต / โทรศัพท์
☐ 6.3.5) อื่นๆ (ระบุ).....

แบบสอบถาม CVG หน้า 2

7. โดยปกติท่านใช้โทรศัพท์พื้นฐานทำอะไรบ้าง

บริการ	ใช่ (1)	ไม่ใช่ (0)
7.1 โทรศัพท์ - ออก		
7.2 ต่ออินเทอร์เน็ต		
7.3 รับ - ส่งแฟกซ์		

8. โดยปกติขณะอยู่ในที่พักอาศัย เมื่อท่านต้องการโทรออก โดยส่วนใหญ่ท่านเลือกใช้โทรศัพท์ประเภทใด

- ☐ 1) โทรศัพท์พื้นฐาน
☐ 2) โทรศัพท์เคลื่อนที่

9. ท่านมีความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์พื้นฐานในประเด็นต่างๆ ดังนี้ระดับใด

4 = พึงพอใจอย่างมาก 3 = พึงพอใจ 2 = เฉยๆ 1 = ไม่พึงพอใจ

(ผู้สัมภาษณ์ควรกระตุ้นคะแนนลงในแต่ละประเด็นตามช่องด้านล่าง)

ประเด็น	ความพึงพอใจ	ประเด็น	ความพึงพอใจ
1. ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ		7. การบริการลูกค้า/ การสนับสนุนทางด้านเทคนิค	
2. คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ		8. ความเร็วในการเชื่อมต่อ	
3. คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ		9. ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	
4. ความหลากหลายในบริการต่างๆ		10. ความหลากหลาย และความน่าสนใจของรายการส่งเสริมการขายที่มี	
5. ความครอบคลุมเชิงพื้นที่		11. การได้รับส่วนลดจากค่าบริการเสริมอื่นๆจากผู้ให้บริการเดียวกัน	
6. ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ			

แบบสอบถาม CVG หน้า 3

ส่วนที่ 2 การใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ

1. ท่านคิดว่าในอนาคตควรยกเลิกการให้บริการโทรศัพท์สาธารณะหรือไม่

- ☐ 0) ไม่ควรยกเลิก เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ 1.0.1) มีความจำเป็นต้องใช้บริการอยู่
- ☐ 1.0.2) อื่นๆ (ระบุ).....
- ☐ 1) ควรยกเลิก เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ 1.1.1) ใช้งานไม่สะดวก
- ☐ 1.1.2) ไม่มีความจำเป็นต้องใช้บริการ (ปกติใช้โทรศัพท์ประเภทอื่นมากกว่า)
- ☐ 1.1.3) อื่นๆ (ระบุ).....

2. โดยปกติ ท่านใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะของผู้ให้บริการรายใด ใช้ประมาณกี่ครั้ง และมีค่าใช้จ่ายครั้งละเท่าไร

- ☐ 0) ไม่ใช้บริการ.....ข้ามไปส่วนที่ 3
- ☐ 1) ใช้บริการดังนี้

ผู้ให้บริการ	ประเภทการให้บริการ		จำนวนที่ใช้ทั้งหมด เฉลี่ยต่อเดือน (ครั้ง)	เวลาที่ใช้ เฉลี่ยครั้งละ (นาที)	จำนวนเงินที่จ่าย เฉลี่ยครั้งละ (บาท)
	หยอดเหรียญ (1)	แบบบัตร (2)			
TOT					
TRUE					
TT&T					
ไม่ทราบบริษัท					
รวมการใช้งาน.....นาที/เดือน			รวม.....บาท/เดือน		

3. ท่านมีความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์สาธารณะในประเด็นต่างๆ ดังนี้ระดับใด

4 = พึงพอใจอย่างมาก 3 = พึงพอใจ 2 = เฉยๆ 1 = ไม่พึงพอใจ

(ผู้สัมภาษณ์กรอกระดับคะแนนลงในแต่ละประเด็นตามช่องด้านล่าง)

ประเด็น	ความพึงพอใจ	ประเด็น	ความพึงพอใจ
1. ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ		4. ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ	
2. คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ		5. การบริการลูกค้า/ การสนับสนุนทางด้านเทคนิค	
3. ความครอบคลุมเชิงพื้นที่		6. ความเร็วในการเชื่อมต่อ	

แบบสอบถาม CVG หน้า 4

ส่วนที่ 3 การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

1. ปัจจุบันท่านใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือไม่

- ☐ 0) ไม่ใช่.....(ข้ามไปถามส่วนที่ 4)
☐ 1) ใช่.....ถามข้อต่อไป

2. ปัจจุบันท่านใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการรายใดบ้าง ประเภทการชำระเงิน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของแต่ละซิมการ์ดเป็นอย่างไร

จำนวน หมายเลข ที่ใช้งาน	ผู้ให้บริการ					ประเภทซิมการ์ด		ผู้ชำระเงิน		จำนวนเงินที่จ่าย เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)
	AIS (1)	DTAC (2)	True Move (3)	CAT Hutch (4)	THAI Mobile (5)	Prepaid (เติมเงิน) (1)	Postpaid (รายเดือน) (2)	ส่วนตัว (1)	ส่วนธุรกิจ (2)	
เบอร์ที่ 1										
เบอร์ที่ 2										
เบอร์ที่ 3										
เบอร์ที่ 4										
รวม										

3. โดยปกติในแต่ละเดือน ท่านมีค่าใช้จ่ายและการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉลี่ยในแต่ละบริการต่อไปนี้เท่าใด

บริการ	การใช้บริการ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือน	การใช้งานโดยเฉลี่ย
3.1 การโทรออก	☐ 0) ไม่ได้ใช้เลย		
	☐ 1) ใช้บริการ	บาท/เดือน	นาที/วัน หรือ.....นาที/เดือน
3.2 การส่งข้อความ SMS/ MMS	☐ 0) ไม่ได้ใช้เลย		
	☐ 1) ใช้บริการ	☐ 0) ฟรี (จ่ายรวมอยู่ในแพ็คเกจ) ☐ 1)บาท/เดือน	ครั้ง/วัน หรือ.....ครั้ง/เดือน
3.3 การเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต GPRS/ EDGE/ 3G และ บริการเสริมอื่นๆ	☐ 0) ไม่ได้ใช้เลย		
	☐ 1) ใช้บริการ	☐ 0) ฟรี (จ่ายรวมอยู่ในแพ็คเกจ) ☐ 1)บาท/เดือน	นาที/วัน หรือ.....นาที/เดือน
รวม			

(ผลรวมจะเท่ากับค่าใช้จ่ายรวมทุกหมายเลขในข้อ 2)

แบบสอบถาม CVG หน้า 5

4. โดยส่วนใหญ่ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ช่วงเวลาใด

- ☐ 1) 08.01 - 16.00 น. ☐ 2) 16.01 - 22.00 น. ☐ 3) 22.01 - 08.00 น.

5. ในการใช้งานเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ท่านใช้บ่อยที่สุด ท่านเลือกใช้บริการจากบริษัทผู้ให้บริการดังกล่าว
เนื่องจากเหตุผลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 5.3.1) อัตราค่าบริการราคาถูกกว่า
☐ 5.3.2) มีการคิดค่าบริการที่คงที่ในการโทรออก สามารถตรวจสอบได้
☐ 5.3.3) เป็นบริษัทที่ตั้งขึ้นมายาวนานและเป็นที่รู้จักดีในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่
☐ 5.3.4) มีเครือข่ายครอบคลุมทุกพื้นที่
☐ 5.3.5) สัญญาณเสียงคมชัด สะดวกในการติดต่อ
☐ 5.3.6) มีประเภทการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการของท่าน
☐ 5.3.7) มีการบริการลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ
☐ 5.3.8) ได้รับการแนะนำจากเพื่อน/ คนรู้จัก/ ครอบครัว
☐ 5.3.9) อื่นๆ (ระบุ).....

6. ท่านเคยเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือไม่

- ☐ 0) ไม่เคย.....ข้ามไปถามข้อ 7
☐ 1) เคย.....ถามข้อต่อไป

6.1 ท่านเปลี่ยนผู้ให้บริการดังกล่าวเมื่อใด

- ☐ 1) 6 เดือนที่ผ่านมา ☐ 2) 6 - 12 เดือนที่ผ่านมา ☐ 3) มากกว่า 1 ปีที่ผ่านมา

6.2 ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายเดิมที่ท่านเคยใช้งานเป็นบริษัทใด

- ☐ 1) AIS ☐ 2) DTAC ☐ 3) True Move ☐ 4) CAT Hutch ☐ 5) Thai Mobile

6.3 เหตุผลที่ท่านยกเลิกเลขหมายดังกล่าว เพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 6.3.1) ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย
☐ 6.3.2) การบริการไม่ดี
☐ 6.3.3) คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค
☐ 6.3.4) เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่
☐ 6.3.5) ไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น
☐ 6.3.6) อื่นๆ ระบุ.....

แบบสอบถาม CVG หน้า 6

7. ท่านคิดจะเปลี่ยน / เพิ่มเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากปัจจุบันหรือไม่

- ☐ 0) ไม่คิดจะเปลี่ยน/ เพิ่ม.....ถามข้อ 8
☐ 1) คิดจะเปลี่ยน/ เพิ่ม.....ถามข้อต่อไป

7.1 ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใดที่ท่านคิดจะเปลี่ยน / เพิ่ม จากปัจจุบัน

- ☐ 1) AIS ☐ 2) DTAC ☐ 3) True Move ☐ 4) CAT Hutch ☐ 5) Thai Mobile

7.2 เหตุผลที่ท่านคิดจะเปลี่ยน / เพิ่ม เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 7.2.1) ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย/ อัตราค่าบริการผู้ให้บริการรายอื่นถูกกว่า
☐ 7.2.2) การบริการของผู้ให้บริการรายอื่นดีกว่า
☐ 7.2.3) เทคโนโลยีผู้ให้บริการรายอื่นมีคุณภาพสูงกว่า
☐ 7.2.4) เครือข่ายสัญญาณผู้ให้บริการรายอื่นดีกว่า
☐ 7.2.5) ต้องการใช้บริการเสริมอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต / โทรศัพท์
☐ 7.2.6) อื่นๆ ระบุ.....

8. ท่านคิดจะยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์บ้าน แล้วใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงอย่างเดียวหรือไม่

- ☐ 0) ไม่คิดจะยกเลิก เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ 8.0.1) มีความจำเป็นต้องใช้บริการโทรศัพท์บ้านอยู่
☐ 8.0.2) บริเวณบ้านไม่มีสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่
☐ 8.0.3) ปกติใช้โทรศัพท์บ้านมากกว่า
☐ 8.0.4) ต้องใช้บริการเสริมอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต / โทรศัพท์
☐ 8.0.5) อื่นๆ (ระบุ).....
- ☐ 1) คิดจะยกเลิก เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ 8.1.1) ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย
☐ 8.1.2) การบริการโทรศัพท์บ้านไม่ดี
☐ 8.1.3) ปกติใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า
☐ 8.1.4) อื่นๆ (ระบุ).....
- ☐ 8) ไม่มีโทรศัพท์พื้นฐาน

แบบสอบถาม CVG หน้า 7

9. หลังจากท่านมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ท่านใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

- ☐ 0) ไม่ได้ใช้บริการเลย
- ☐ 1) ใช้น้อยลงมาก
- ☐ 2) ใช้เท่าเดิม
- ☐ 3) ใช้เพิ่มขึ้น
- ☐ 4) อื่นๆ (ระบุ).....
- ☐ 8) ปกติไม่ได้ใช้โทรศัพท์สาธารณะ

10. ท่านใช้บริการเหล่านี้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือไม่

ประเภทบริการ	ความถี่ของการใช้ในปัจจุบัน			
	ไม่เคย ใช้เลย (0)	เดือนละครั้ง หรือน้อยกว่า (1)	สัปดาห์ ละครั้ง (2)	ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน (3)
10.1 ดูโทรทัศน์				
10.2 ฟังวิทยุ				

11. ท่านมีความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเด็นต่างๆ ดังนี้ระดับใด

4 = พึงพอใจอย่างมาก 3 = พึงพอใจ 2 = เฉยๆ 1 = ไม่พึงพอใจ

(ผู้สัมภาษณ์กรอกระดาะคะแนนลงในแต่ละประเด็นตามช่องด้านล่าง)

ประเด็น	ความพึงพอใจ	ประเด็น	ความพึงพอใจ
1. ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ		7. การบริการลูกค้า/ การสนับสนุนทางด้านเทคนิค	
2. คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ		8. ความเร็วในการเชื่อมต่อ	
3. คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ		9. ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	
4. ความหลากหลายในบริการต่างๆ		10. ความหลากหลาย และความน่าสนใจของ รายการส่งเสริมการขายที่มี	
5. ความครอบคลุมเชิงพื้นที่		11. การได้รับส่วนลดจากการซื้อบริการเสริมอื่นๆ จากผู้ให้บริการเดียวกัน	
6. ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ			

แบบสอบถาม CVG หน้า 8

ส่วนที่ 4 การใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศ

1. โดยปกติในแต่ละเดือน ท่านใช้โทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศหรือไม่

- ☐ 0) ไม่ใช้.....(ข้ามไปถามส่วนที่ 5)
☐ 1) ใช้.....ถามข้อต่อไป

2. โดยส่วนใหญ่ท่านใช้โทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศผ่านทางใด

ช่องทางการโทร	การใช้บริการโทรทางไกล	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือน	การใช้งานโดยเฉลี่ย
2.1 โทรศัพท์พื้นฐาน	☐ 0) ไม่ได้ใช้เลย		
	☐ 1) ใช้บริการ	บาท/เดือน	นาที/วัน หรือ.....นาที/เดือน
2.2 โทรศัพท์เคลื่อนที่	☐ 0) ไม่ได้ใช้เลย		
	☐ 1) ใช้บริการ	บาท/เดือน	นาที/วัน หรือ.....นาที/เดือน
		รวม บาท/เดือน	รวม นาที/เดือน

3. ท่านมีความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศในประเด็นต่างๆ ดังนี้ระดับใด

4 = พึงพอใจอย่างมาก 3 = พึงพอใจ 2 = เฉยๆ 1 = ไม่พึงพอใจ

(ผู้สัมภาษณ์ควรกระตุ้นคะแนนลงในแต่ละประเด็นตามช่องด้านล่าง)

ประเด็น	ความพึงพอใจ	ประเด็น	ความพึงพอใจ
1. ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ		7. การบริการลูกค้า/ การสนับสนุนทางด้านเทคนิค	
2. คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ		8. ความเร็วในการเชื่อมต่อ	
3. คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ		9. ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	
4. ความหลากหลายในบริการต่างๆ		10. ความหลากหลาย และความน่าสนใจของ รายการส่งเสริมการขายที่มี	
5. ความครอบคลุมเชิงพื้นที่		11. การได้รับส่วนลดจากการใช้บริการเสริมอื่นๆ จากผู้ให้บริการเดียวกัน	
6. ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ			

แบบสอบถาม CVG หน้า 9

ส่วนที่ 5 การใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลต่างประเทศ

1. โดยปกติในแต่ละเดือน ท่านใช้โทรศัพท์ทางไกลไปต่างประเทศหรือไม่

- ☐ 0) ไม่ใช้.....(ข้ามไปถามส่วนที่ 6)
☐ 1) ใช้.....ถามข้อต่อไป

2. ท่านใช้โทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ ระบบต่อตรง ผ่านช่องทางใด

(กรณีที่ใช้บริการมากกว่า 1 รายให้เลือกตอบรายชื่อใช้บริการมากที่สุด)

- ☐ 0) ไม่ใช้.....(ข้ามไปถามข้อ 3)
☐ 1) ใช้.....ถามข้อต่อไป

ช่องทาง การโทร	ผู้ให้บริการ											ค่าใช้จ่าย โดยเฉลี่ย ต่อเดือน (บาท/เดือน)	การใช้งาน โดยเฉลี่ย ต่อเดือน (นาที/เดือน)
	กต เครื่องหมาย บวก (+) (1)	001 CAT (2)	003 TOT (3)	004 DTAC (4)	005 AIS (5)	006 True (6)	007 TOT (7)	008 TOT (8)	009 CAT (9)	100 CAT (10)	102 Triple T (11)		
2.1 โทรศัพท์ พื้นฐาน													
2.2 โทรศัพท์ เคลื่อนที่													
												รวม	รวม

2.3. กรณีที่ท่านใช้การกดเครื่องหมายบวก (+) ท่านทราบหรือไม่ว่า
เป็นการเชื่อมต่อบริการของผู้ให้บริการรายใด

- ☐ 1) ทราบ ☐ 0) ไม่ทราบ

3. โดยปกติท่านใช้โทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศด้วย บัตรโทรศัพท์ (International Calling Card) หรือไม่

- ☐ 0) ไม่ใช้.....(ข้ามไปถามข้อที่ 6)
☐ 1) ใช้.....ถามข้อต่อไป

4. เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกใช้บัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International Calling Card) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 4.1) ราคาถูก ☐ 4.2) สะดวก ☐ 4.3) มีประสิทธิภาพดี

5. โดยปกติ ท่านเสียค่าใช้จ่ายใช้บัตรโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศโดยเฉลี่ยเท่าใด และใช้งานเดือนละกี่นาที

5.1 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือน	บาท/เดือน
5.2 จำนวนนาทีที่ใช้งานเฉลี่ยแต่ละครั้ง	นาที/เดือน

แบบสอบถาม CVG หน้า 10

6. ท่านมีความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศในประเด็นต่างๆ ดังนี้ระดับใด

4 = พึงพอใจอย่างมาก 3 = พึงพอใจ 2 = เฉยๆ 1 = ไม่พึงพอใจ

(ผู้สัมภาษณ์กรอกระดัดคะแนนลงในแต่ละประเด็นตามช่องด้านล่าง)

ประเด็น	ความพึงพอใจ	ประเด็น	ความพึงพอใจ
1. ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ		7. การบริการลูกค้า/ การสนับสนุนทางด้านเทคนิค	
2. คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ		8. ความเร็วในการเชื่อมต่อ	
3. คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ		9. ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	
4. ความหลากหลายในบริการต่างๆ		10. ความหลากหลาย และความน่าสนใจของรายการส่งเสริมการขายที่มี	
5. ความครอบคลุมเชิงพื้นที่		11. การได้รับส่วนลดจากการซื้อบริการเสริมอื่นๆจากผู้ให้บริการเดียวกัน	
6. ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ			

ส่วนที่ 6 การใช้งานอินเทอร์เน็ต

1. ปัจจุบันท่านใช้อินเทอร์เน็ตหรือไม่

- ☐ 0) ไม่ใช่.....(ข้ามไปถามส่วนที่ 7)
- ☐ 1) ใช่.....ถามข้อต่อไป

2. โดยส่วนใหญ่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตที่ใด

- ☐ 1) ที่พักอาศัย ☐ 2) สำนักงาน/ สถานศึกษา
- ☐ 3) ใช้งานผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ☐ 4) อื่นๆ (ระบุ).....

3. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตผ่านช่องทางใด เสียค่าใช้จ่าย และความถี่ในการใช้งานเท่าใด

ช่องทางการ ให้บริการ	รูปแบบการเชื่อมต่อ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ต่อเดือน	จำนวนนาที่ที่ใช้งานเฉลี่ย
โทรศัพท์ พื้นฐาน	☐ 1) ADSL ความเร็ว ☐ 256 Kbs ☐ 512 Kbs ☐ 1 Mbs ☐ 2 Mbs ☐ 3 Mbs ☐ 4 Mbs ☐ 8 Mbs ☐ 12 Mbs	บาท/เดือน	นาที่/วัน หรือ.....นาที่/เดือน
	☐ 2) Dial-up	บาท/เดือน	นาที่/วัน หรือ.....นาที่/เดือน
	☐ 3) Hotspot	บาท/เดือน	นาที่/วัน หรือ.....นาที่/เดือน
	☐ 4) Free WiFi / LAN		นาที่/วัน หรือ.....นาที่/เดือน
โทรศัพท์ เคลื่อนที่	☐ 5) EDGE / GPRS	บาท/เดือน	นาที่/วัน หรือ.....นาที่/เดือน
	☐ 6) 3G	บาท/เดือน	นาที่/วัน หรือ.....นาที่/เดือน
รวมทุกช่องทาง		บาท/เดือน	นาที่/เดือน

4. ปัจจุบันท่านใช้โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (VoIP) เช่น Skype หรือไม่

- ☐ 0) ไม่ใช่.....(ข้ามไปถามข้อ 6)
☐ 1) ใช่.....ถามข้อต่อไป

5. ท่านใช้บริการโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อโทรเข้าปลายทางรูปแบบใด

เครื่องรับ ปลายทาง	การใช้บริการ	จำนวนนาที่ที่ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน		ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ต่อเดือน
		ทางไกลภายในประเทศ	ทางไกลระหว่างประเทศ	
โทรศัพท์	☐ 0) ไม่ได้ใช้เลย			
	☐ 1) ใช้บริการ	เฉลี่ยเดือนละ.....นาที่	เฉลี่ยเดือนละ.....นาที่	บาท/เดือน
คอมพิวเตอร์	☐ 0) ไม่ได้ใช้เลย			
	☐ 1) ใช้บริการ	เฉลี่ยเดือนละ.....นาที่	เฉลี่ยเดือนละ.....นาที่	

6. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อบริการต่างๆ ดังต่อไปนี้มาน้อยเพียงใด

ประเภทบริการ	ความถี่ของการใช้ในปัจจุบัน			
	ไม่เคย ใช้เลย (0)	เดือนละครั้ง หรือน้อยกว่า (1)	สัปดาห์ ละครั้ง (2)	ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน (3)
6.1 อีเมล (Email)				
6.2 ค้นหาข้อมูล เช่น Google, Yahoo, MSN Search				
6.3 เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Hi5 เป็นต้น				
6.4 ฟัง และ/หรือ ดาวน์โหลดเพลง ชม และ/หรือ ดาวน์โหลดวิดีโอ (ฟรี) เช่น YouTube				
6.5 ดูทีวีออนไลน์				
6.6 ฟังวิทยุออนไลน์				
6.7 ดาวน์โหลด/เล่นเกมส์				
6.8 ดาวน์โหลดโปรแกรมต่างๆ				
6.9 ซื้อสินค้าออนไลน์				

7. ส่วนใหญ่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- ☐ 1) 08.01 - 16.00 น. ☐ 2) 16.01 - 22.00 น. ☐ 3) 22.01 - 08.00 น.

8. ท่านมีความพึงพอใจในบริการอินเทอร์เน็ตในประเด็นต่างๆ ดังนี้ระดับใด

- 4 = พึงพอใจอย่างมาก 3 = พึงพอใจ 2 = เฉยๆ 1 = ไม่พึงพอใจ

(ผู้สัมภาษณ์กรอกระดับคะแนนลงในแต่ละประเด็นตามช่องด้านล่าง)

ประเด็น	ความพึงพอใจ	ประเด็น	ความพึงพอใจ
1. ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ		7. การบริการลูกค้า/ การสนับสนุนทางด้านเทคนิค	
2. คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ		8. ความเร็วในการเชื่อมต่อ	
3. คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ		9. ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	
4. ความหลากหลายในบริการต่างๆ		10. ความหลากหลาย และความน่าสนใจของ รายการส่งเสริมการขายที่มี	
5. ความครอบคลุมเชิงพื้นที่		11. การได้รับส่วนลดจากการใช้บริการเสริมอื่นๆ จากผู้ให้บริการเดียวกัน	
6. ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ			

แบบสอบถาม CVG หน้า 13

ส่วนที่ 7 การใช้บริการวิทยุโทรทัศน์

1. โดยปกติท่านใช้บริการต่างๆ ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเภทบริการ	ความถี่ของการใช้ในปัจจุบัน			
	ไม่เคย ใช้เลย (0)	เดือนละครั้ง หรือน้อยกว่า (1)	สัปดาห์ ละครั้ง (2)	ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน (3)
1.1 ดูทีวีผ่านช่องฟรีทีวี (Free TV : 3 5 7 9 11 ทีวีไทย)				
1.2 การใช้บริการเคเบิลทีวี ห้องอื่น				
1.3 ดูทีวีผ่านระบบดาวเทียม				
1.4 ฟังวิทยุ				

ส่วนที่ 8 ข้อมูลเศรษฐกิจและสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ.....ปี

3. วุฒิการศึกษาสูงสุด (ที่สำเร็จการศึกษา)

☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2) ปริญญาตรี ☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพของท่านในปัจจุบัน

☐ 1) ข้าราชการ/ พนักงาน/ ลูกจ้างภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ ☐ 2) พนักงาน/ ลูกจ้างภาคเอกชน
☐ 3) รับจ้าง ☐ 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว
☐ 5) ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน/นักเรียน/นักศึกษา ☐ 6) อื่นๆ ระบุ.....

5. สถานภาพสมรส ☐ 1) โสด ☐ 2) สมรส ☐ 3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกัน

6. รายได้โดยเฉลี่ยของท่านประมาณ.....บาทต่อเดือน

7. จำนวนสมาชิกที่อยู่ในบ้านเดียวกันในปัจจุบัน (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม).....คน

7.1 จำนวนสมาชิกที่อยู่ในบ้านเดียวกันในปัจจุบัน ที่อายุต่ำกว่า 15 ปีคน

7.2 จำนวนสมาชิกที่อยู่ในบ้านเดียวกันในปัจจุบัน ที่อายุมากกว่า 60 ปีคน

8. เขตที่อยู่อาศัย ☐ 1) เขตเทศบาล ☐ 2) นอกเขตเทศบาล

สิ้นสุดการสัมภาษณ์ : ขอขอบพระคุณเป็นอย่างมากที่กรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามทั้งหมดนี้

แบบสอบถาม CVG หน้า 14

ชื่อพนักงานสัมภาษณ์.....

วัน / เดือน / ปีพ.ศ. ที่สัมภาษณ์.....

สถานที่สัมภาษณ์ จังหวัด.....

ผู้ตรวจสอบความสมบูรณ์ในการสอบถาม (ภาคสนาม).....

ผู้ตรวจสอบถูกต้องการบันทึกวิธีแบบสอบถาม.....

ผู้ลงรหัส.....

ผู้คีย์ข้อมูล.....

แบบสอบถาม CVG หน้า 15

1.5 การเตรียมพนักงานสัมภาษณ์

1) การคัดเลือกพนักงานสัมภาษณ์ ดำเนินการคัดเลือกพนักงานสัมภาษณ์พื้นที่จังหวัดละอย่างน้อย 10 คน โดยพนักงานสัมภาษณ์ทั้งหมดเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การสัมภาษณ์ในโครงการต่างๆ ของศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศฯ และหน่วยงานเครือข่ายต่างๆ มาแล้วอย่างน้อยคนละ 1 โครงการ

2) การอบรมพนักงานสัมภาษณ์ มีการเตรียมความพร้อม ซึ่งแจ้งวัตถุประสงค์โครงการฯ และอธิบายความหมายและวัตถุประสงค์ของข้อคำถามแต่ละข้ออย่างละเอียด พร้อมให้พนักงานสัมภาษณ์ได้ทดลองสัมภาษณ์บุคคลใกล้เคียงอย่างน้อย 2-3 ราย หลังจากนั้นจะมีการประชุมเพื่อสะท้อนปัญหาที่พบ ตลอดจนซักถามข้อสงสัยในข้อคำถามที่ยังไม่ชัดเจน

2. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ให้คำนิยามเชิงปฏิบัติการ (operational definition) ของแต่ละตัวแปรที่นำมาศึกษา จากนั้นจึงสร้างมาตรวัดขึ้นและมาตรวัดดังกล่าวได้รับการพิจารณา ตรวจสอบ แก้ไข และทำการทดสอบความแม่นยำตามเนื้อหา (content validity) และทดสอบความเชื่อถือได้ (reliability) ของมาตรวัด โดยนำมาตรวัดตัวแปรทั้งหมดที่สร้างขึ้นไปทดสอบก่อนใช้ก่อนการสำรวจจริง (pre-test) กับบุคคลที่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 50 คน เพื่อหาข้อบกพร่องและปรับแก้ข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปรดังกล่าว สำหรับการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบ่งเป็นสองส่วนที่สำคัญคือ การตรวจสอบความถูกต้องก่อนการเก็บข้อมูล และการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

2.1 การตรวจสอบความถูกต้องก่อนการเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 การพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence) จากการใช้เครื่องมือในการสำรวจด้วยแบบสอบถามนั้น มีความจำเป็นที่จะต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องของมาตรวัด และข้อคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลก่อน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้เทคนิคการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยในด้านของความตรงตาม

เนื้อหา (Content validity) โดยดำเนินการก่อนนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ ด้วยการให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้อง โครงสร้างของข้อความถามว่าครอบคลุมเนื้อหาในประเด็นที่ศึกษาหรือไม่ ซึ่งให้ผู้เชี่ยวชาญจากทางเศรษฐศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มาร่วมกันให้ความเห็นและพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อความถามกับประเด็นที่ต้องการทราบ ทั้งนี้ข้อความที่เห็นว่าไม่สอดคล้องกันจะถูกพิจารณาปรับปรุงแก้ไขก่อน และนำไปใช้ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างก่อนการเก็บข้อมูลจริง

ขั้นตอนที่ 2 การทดลองใช้แบบสอบถาม เมื่อได้ข้อความถามต่างๆ ตามที่ผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณาแล้วจากขั้นตอนที่ 1 จากนั้นจะนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนใช้ก่อนการสำรวจจริง (try-out) กับประชากรที่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ทดสอบรวมทั้งสิ้นจำนวน 50 คน⁴ เพื่อหาข้อบกพร่องและปรับแก้ข้อความที่ใช้วัดตัวแปรดังกล่าว

ขั้นตอนที่ 3 การพิจารณาตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) การทดสอบความเที่ยงของข้อความถามเกี่ยวกับทัศนคติ และความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งมีมาตรวัดในแบบ Likert Scale จะใช้วิธีการทดสอบค่าความเที่ยง (Reliability Analysis) จากค่าความสอดคล้องในการตอบของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทดลองใช้แบบสอบถามในขั้นตอนที่ 2 โดยเลือกใช้การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาด้วยวิธีการของครอนบาค (Cronbach's Alpha Method) เพื่อพิจารณาว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมานั้นมีความเที่ยงตรงในการสอบถามประชากรกลุ่มต่างๆ อย่างไร และมาตรวัดที่ใช้มีความน่าเชื่อถือเท่าใด

2.2 การตรวจสอบความถูกต้องหลังจากเก็บข้อมูล

สำหรับการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการสำรวจนั้น เบื้องต้นจะพิจารณาความครบถ้วนในการลงข้อมูลในแบบสอบถาม ทันทีหลังจากเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ ในขั้นตอนของการบันทึกข้อมูล จะใช้การตรวจสอบความสอดคล้อง และความเป็นไปได้ในการตอบจากข้อมูล พร้อมทั้งพิจารณาความเป็นเหตุ – เป็นผลในคำตอบ (Cross Check) เพื่อให้มั่นใจว่าคำตอบที่ได้ถูกต้อง

⁴ จากเกณฑ์ขั้นต่ำ คือ 30 คน เพื่อให้สามารถทดสอบค่าทางสถิติที่กำหนดในขั้นตอนต่อไปได้

3. การเลือกเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้ จะเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับการคำนวณค่าสถิติต่างๆ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นสำหรับตัวแปรตัวเดียว (univariate analysis) การนำเสนอข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ด้วยการพิจารณาการแจกแจงความถี่ (frequency) และอัตราร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อมูลระดับอัตราส่วน (Ratio Scale) เพิ่มการเสนอข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าต่ำสุด (Minimum) และค่าสูงสุด (Maximum)

อย่างไรก็ตาม ในขั้นตอนการใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) นั้น เป็นที่ทราบกันดีว่า จะสามารถใช้สถิติดังกล่าวได้ภายใต้ข้อมูลที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างที่อาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) อย่างละเอียดครบถ้วนทุกขั้นตอน ทั้งนี้ การสำรวจครั้งนี้เป็นโครงการศึกษานำร่อง (Pilot Study) เพื่อพิจารณาวิเคราะห์อุปสงค์และความพึงพอใจในการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทยในภาพรวม ภายใต้ข้อตกลงการใช้สถิติดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงได้นำการใช้สถิติเชิงอนุมานดังกล่าวมาใช้ในการศึกษานี้ เพื่อให้เห็นข้อสรุปเบื้องต้นในวงกว้างได้ในเบื้องต้น แต่การอธิบายความหมายจะไม่เป็นการอ้างอิงไปถึงประชากรทั้งหมด

3.1 การสร้างแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์

1) แบบจำลองเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการทางเสียงผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน

แบบจำลองอุปสงค์ของการใช้บริการทางเสียงผ่านโทรศัพท์พื้นฐานอยู่บนแนวความคิดทฤษฎีความต้องการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคโดยประยุกต์ ปัจจัยสำคัญที่กำหนดการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานมีดังนี้ ราคาค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐาน รายได้ผู้ใช้ และลักษณะของผู้ใช้ (เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา)

$$Q_F = \beta_0 + \beta_1 P_F + \beta_2 Y + \beta_3 \text{Age} + \beta_4 \text{Male} + \beta_5 \text{Bachelor} + \varepsilon \quad (1)$$

โดย Q_F = จำนวนนาที่ที่ใช้งานโทรศัพท์พื้นฐานต่อเดือน
 P_F = ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐานต่อเดือน (บาท/นาที่)

Y	=	รายได้ต่อเดือน
AGE	=	อายุ
Male	=	เพศชาย
Bachelor	=	จบการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

2) แบบจำลองเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการทางเสียงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

แบบจำลองอุปสงค์ของการใช้บริการทางเสียงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่บนแนวความคิดทฤษฎีความต้องการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคโดยประยุกต์เช่นเดียวกับโทรศัพท์พื้นฐาน โดยปัจจัยสำคัญที่กำหนดการใช้มีดังนี้ ราคาค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ รายได้ผู้ใช้ และลักษณะของผู้ใช้ (เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา)

$$Q_M = \beta_0 + \beta_1 P_M + \beta_2 Y + \beta_3 \text{Age} + \beta_4 \text{Male} + \beta_5 \text{Bachelor} + \varepsilon \quad (2)$$

โดย	Q_M	=	จำนวนนาทีที่ใช้งานบริการเสียงโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน
	P_M	=	ค่าใช้จ่ายบริการเสียงโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน (บาท/นาที)
	Y	=	รายได้ต่อเดือน
	AGE	=	อายุ
	Male	=	เพศชาย
	Bachelor	=	จบการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

3) แบบจำลองในการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต

เนื่องจากการใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตจะเป็นลักษณะของภาพ เสียง และข้อมูลโดยผ่านทางสาย (Fixed line) ในรูปแบบการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broadband Internet หรือ ADSL) และดังนั้นการใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ GPRS/EDGE จึงต้องมีการแยกแบบจำลองเพื่อการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่มคือ

(1) แบบจำลองอุปสงค์การใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบ ADSL

$$Q_{ADSL} = \beta_0 + \beta_1 P_{ADSL} + \beta_2 \text{Speed} + \beta_3 Y + \beta_4 \text{Age} + \beta_5 \text{Male} + \beta_6 \text{Bachelor} + \varepsilon \quad (3)$$

โดย	Q_{ADSL}	= จำนวนนาฬิกาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบ ADSL ต่อเดือน
	P_{ADSL}	= ค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตแบบ ADSL ต่อเดือน (บาท/นาฬิกา)
	Speed	= ความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Mbs)
	Y	= รายได้ต่อเดือน
	AGE	= อายุ
	Male	= เพศชาย
	Bachelor	= จบการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

(2) แบบจำลองอุปสงค์การใช้อินเทอร์เน็ตแบบ GPRS/EDGE

$$Q_{GPRS} = \beta_0 + \beta_1 P_{GPRS} + \beta_2 Y + \beta_3 \text{Age} + \beta_4 \text{Male} + \beta_5 \text{Bachelor} + \varepsilon \quad (4)$$

โดย	Q_{GPRS}	= จำนวนนาฬิกาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบ GPRS ต่อเดือน
	P_{GPRS}	= ค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตแบบ GPRS ต่อเดือน (บาท/นาฬิกา)
	Y	= รายได้ต่อเดือน
	AGE	= อายุ
	Male	= เพศชาย
	Bachelor	= จบการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

3) แบบจำลองโลจิต (Logit Model) ในการวิเคราะห์ความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay) ในบริการโทรคมนาคม

แบบจำลองโลจิต (Logit Model) เป็นหนึ่งในแบบจำลองที่ตัวแปรตามมีค่าจำกัด หรือ Limited Dependent Variables Model หรือให้เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น คือ ตัวแปรตามมี 2 ค่า หรือ

Binary Dependent Variable Model ทั้งนี้ แบบจำลองโลจิตถูกพัฒนามาจาก Linear Probability Model (LPM) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(1) Linear Probability Model (LPM)

แบบจำลอง LPM สามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตามดังเช่น สมการถดถอยทั่วไป ดังนี้

$$Y_i = \beta_1 + \beta_2 X_i + u_i \quad (1)$$

ในที่นี้กำหนดให้ X คือ รายได้ของครัวเรือน และ $Y = 1$ หากครัวเรือนมีบ้าน $Y = 0$ หากครัวเรือนไม่มีบ้าน จะเห็นว่า LPM มีความคล้ายคลึงกับสมการถดถอยทั่วไป มีความแตกต่างตรงที่ตัวแปรตามมี 2 ค่า คือ 0 และ 1 ทั้งนี้ แบบจำลองนี้ถูกเรียกว่า Linear Probability Model เนื่องจากค่าความคาดหวังของ Y ณ ระดับค่า X หรือ $E(Y_i/X_i)$ แสดงถึงความน่าจะเป็นแบบมีเงื่อนไขที่เหตุการณ์ที่สนใจเกิดขึ้นโดยที่กำหนดค่า X นั่นคือ $\Pr(Y_i = 1/X_i)$ หรือในที่นี้คือความน่าจะเป็นที่ครัวเรือนมีบ้าน ณ รายได้เท่ากับ X_i

จากสมการที่ (1) หากกำหนดให้ $E(u_i) = 0$ จะได้

$$E(Y_i/X_i) = \beta_1 + \beta_2 X_i \quad (2)$$

หากกำหนดให้ P_i คือ ความน่าจะเป็นที่ $Y_i = 1$ และ $1 - P_i$ คือ ความน่าจะเป็นที่ $Y_i = 0$

$$E(Y_i) = 0(1 - P_i) + 1(P_i) = P_i \quad (3)$$

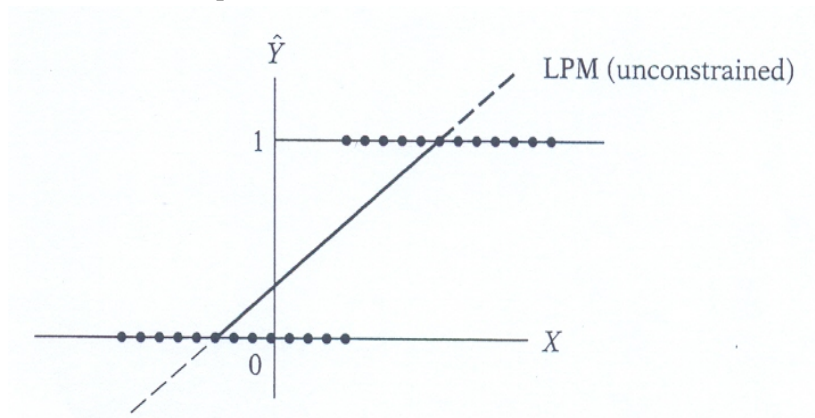
จากสมการที่ (2) และ (3)

$$E(Y_i/X_i) = \beta_1 + \beta_2 X_i = P_i \quad (4)$$

ทั้งนี้ การประมาณค่าแบบจำลอง LPM มีปัญหาหลายประการ เช่น ค่า u_i ไม่กระจายตัวแบบปกติ ค่าความแปรปรวนของ u_i ไม่คงที่ ซึ่งทำให้การประมาณค่าด้วยวิธี OLS ไม่เป็น Best

Linear Unbiased Estimator (BLUE) และปัญหาที่สำคัญที่สุด คือ ความน่าจะเป็นอาจไม่ตกอยู่ในช่วง 0-1 (รูปภาพที่ 1)

รูปภาพที่ 1 : Linear Probability Model



ที่มา: Gujarati and Porter (2009)

นอกจากนี้ การที่ความน่าจะเป็น (P_i) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรต้น (X_i) ทำให้การตีความของแบบจำลอง LPM อาจไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง เช่น หากพบว่าค่า $\beta_2 = 0.10$ ในตัวอย่างนี้หมายความว่าเมื่อรายได้ครัวเรือนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย (เช่น 1,000 บาท) จะทำให้ความน่าจะเป็นที่ครัวเรือนจะมีบ้านเพิ่มขึ้นคงที่ที่ร้อยละ 0.10 ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับความจริง เนื่องจาก ณ รายได้ครัวเรือนระดับต่ำมากจะมีความน่าจะเป็นที่จะมีบ้านต่ำมาก แต่จะความน่าจะเป็นที่จะมีบ้านจะเกิดขึ้นเมื่อรายได้มากระดับหนึ่ง กล่าวคือ P_i และ X_i มีความสัมพันธ์ที่ไม่ใช่เป็นเชิงเส้นตรง

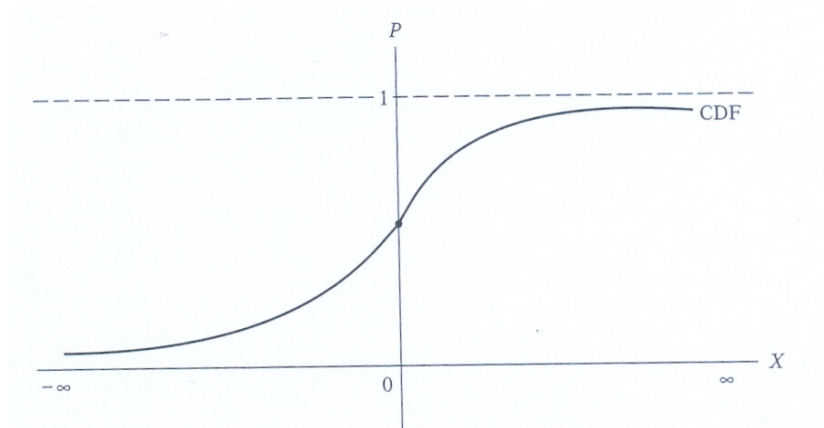
ดังนั้น แบบจำลองที่ต้องการจะต้องมีคุณลักษณะ 2 ประการสำคัญ คือ

(1) เป็นแบบจำลองที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร P_i และ X_i ได้โดยที่ $0 \leq P_i \leq 1$ และ

(2) จะต้องเป็นแบบจำลองที่ P_i และ X_i มีความสัมพันธ์ที่ไม่ใช่เป็นเชิงเส้นตรง

แบบจำลองที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวได้จะมี Cumulative Distribution Function (CDF) ของตัวแปรสุ่มเป็นรูปตัว S ดังรูปภาพที่ 2

รูปภาพที่ 2 : CDF รูปตัว S



ที่มา: Gujarati and Porter (2009)

ทั้งนี้ หนึ่งในแบบจำลองที่มีคุณลักษณะตรงตามทีกล่าวนำข้างต้น คือ แบบจำลองโลจิท (Logit Model)

(2) แบบจำลองโลจิท (Logit Model)

จาก LPM ในสมการที่ (4)

$$E(Y_i/X_i) = P_i = \beta_1 + \beta_2 X_i \quad (5)$$

โดยที่ X_i คือ รายได้ครัวเรือน และ $P_i = E(Y_i = 1/X_i)$ หมายถึง ครัวเรือนมีบ้าน แต่ในที่นี้กำหนดให้

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_1 + \beta_2 X_i)}} \quad (6)$$

หรือ

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-(Z_i)}} = \frac{e^{Z_i}}{1 + e^{Z_i}} \quad \text{โดยที่ } Z_i = \beta_1 + \beta_2 X_i \quad (7)$$

สมการที่ (7) นี้ ถูกเรียกว่า (Cumulative) Logistic Distribution Function ซึ่งสามารถสังเกตได้ว่าเมื่อค่า Z_i มีค่าระหว่าง $-\infty$ ถึง ∞ ค่า P_i จะมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 และ P_i มีความสัมพันธ์ไม่ใช่เชิงเส้นตรงกับ Z_i (และ X_i) ดังนั้น แบบจำลองนี้จึงเป็นแบบจำลองที่สามารถแก้ปัญหาสำคัญของ LPM ได้ทั้ง 2 ประการ แต่จากสมการที่ (6) จะเห็นว่า P_i นอกจากจะมีความสัมพันธ์ไม่ใช่เชิงเส้นตรงกับ X_i แล้วยังมีความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นเชิงเส้นตรงกับ β_i ด้วย ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาในการประมาณค่าเนื่องจากไม่เป็น Linear in parameter อย่างไรก็ตาม ปัญหาดังกล่าวสามารถแก้ไขด้วยการทำให้สมการที่ (6) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearized) กับ X_i และ β_i ดังนี้

จากสมการที่ (6) และ (7) P_i คือ ความน่าจะเป็นที่ครัวเรือนมีบ้าน ดังนั้น $(1 - P_i)$ คือ ความน่าจะเป็นที่ครัวเรือนไม่มีบ้านมีค่าเท่ากับ

$$1 - P_i = \frac{1}{1 + e^{Z_i}} \quad (8)$$

จากสมการที่ (7) และ (8)

$$\frac{P_i}{1 - P_i} = \frac{1 + e^{Z_i}}{1 + e^{-Z_i}} \quad (9)$$

Take natural logarithm สมการที่ (9)

$$L_i = \ln\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) = Z_i = \beta_1 + \beta_2 X_i \quad (10)$$

L_i มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับ X_i และ β_i นั่นคือ Linear in Variable และ Linear in Parameter ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ต้องการในการประมาณสมการถดถอย ทั้งนี้ L_i หรือ Log ของ Odd Ratio ถูกเรียกว่า Logit ดังนั้นสมการที่ (10) จึงถูกเรียกว่าแบบจำลองโลจิต (Logit Model)

จากสมการที่ (10) จะเห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต้น (β_i) แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของตัวแปร L_i หรือ $\ln\left(\frac{P}{1-P}\right)$ เมื่อตัวแปร X_i เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย หรือ $\left(\frac{dL}{dX}\right)$ ซึ่งมักจะไม่ใช่ในการตีความในรูปของ Marginal effect เนื่องจากไม่มีความหมายที่ชัดเจนแต่อย่างใด ทั้งนี้ ค่า Marginal Effect ที่ต้องการ คือ เมื่อตัวแปรต้นที่เราสนใจเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะทำให้ความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่สนใจเปลี่ยนแปลงไปกี่เปอร์เซ็นต์ หรือ $\left(\frac{dP}{dX}\right)$

จากสมการที่ (6) จะเห็นว่า ค่า Marginal effect หรือ $\left(\frac{dP}{dX}\right)$ ของแบบจำลองโลจิสติกจะมีค่าเท่ากับ $\beta_i \cdot P \cdot (1-P)$ และเนื่องจาก $P = f(X_i)$ ดังนั้นในการหาค่า Marginal Effect ของแบบจำลองโลจิสติกจึงมักเป็นการหาค่า ณ ค่าเฉลี่ยของตัวแปรต้น (Marginal Effect at Mean)

นอกจากนี้ ค่า R^2 ซึ่งใช้วัดความเหมาะสม (Goodness of Fit) ของแบบจำลองโดยทั่วไปไม่สามารถใช้วัดความเหมาะสมของ Binary Dependent Variable Model ได้ ดังนั้น ในแบบจำลองโลจิสติกจึงมักใช้การวัดความเหมาะสมของแบบจำลอง 2 รูปแบบ คือ McFadden Pseudo R^2 และ Count R^2 โดยที่

$$\text{Count } R^2 = \frac{\text{Number of correct prediction}}{\text{Total number of observation}}$$

อย่างไรก็ตาม ในแบบจำลอง Binary Dependent Variable Model ดังเช่นแบบจำลองโลจิสติกนั้นไม่ควรให้ความสำคัญกับการวัด Goodness of Fit ของแบบจำลองมากนัก แต่สิ่งที่สำคัญกว่า คือ เครื่องหมายและระดับนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรต้น

4. ผลการดำเนินการเก็บข้อมูล

ผลการดำเนินการเก็บข้อมูลพบว่า จากจำนวนประชากรตัวอย่างที่กำหนดไว้ที่ 2,000 ตัวอย่าง และสำรวจร้อยละ 10 จากพื้นที่ 9 จังหวัดใน 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ สามารถดำเนินการสำรวจข้อมูล ได้อัตราความครบถ้วนของจำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรคิดเป็นร้อยละ 95.7 โดยมีจำนวนแบบสอบถามที่ใช้ได้รวม 2,107 ชุด ในด้านการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ผลการวิเคราะห์เบื้องต้นพบว่า ความผิดพลาดของการตอบคำถามในภาคสนาม โดยส่วนใหญ่จะมีความคลาดเคลื่อนของคำตอบที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างวัยเด็กและวัยสูงอายุ และเมื่อพิจารณาตามรายข้อคำถามพบว่า ความผิดพลาดมักเกิดขึ้นในส่วนของจำนวนนาฬิกาที่ใช้งาน และค่าใช้จ่ายในแต่ละบริการ

อย่างไรก็ตาม จากการตรวจสอบความสอดคล้อง และความเป็นไปได้ในการตอบจากการข้อมูล พร้อมทั้งพิจารณาความเป็นเหตุ - เป็นผลในคำตอบ (Cross Check) แล้วพบว่า มีแบบสอบถามเสีย รวม 27 ชุด และมีแบบสอบถามที่มีคำตอบไม่สมบูรณ์รวม 68 ชุด ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วคิดเป็นความผิดพลาดประมาณร้อยละ 4.3 ของแบบสอบถามที่ดำเนินการสำรวจทั้งหมด

บทที่ 3

พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์พื้นฐาน

1. การมีและพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์พื้นฐานในที่พักอาศัย

1.1 การติดตั้งและการมีโทรศัพท์พื้นฐานใช้

จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศทั้งหมด 2,107 คน มีโทรศัพท์พื้นฐานคิดเป็นร้อยละ 66.2 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครมีโทรศัพท์พื้นฐานสูงถึงร้อยละ 83.9 ในขณะที่ภาคต่างๆ ของประเทศทั้งภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ มีโทรศัพท์พื้นฐานมากกว่า ร้อยละ 50 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 การมีและไม่มีโทรศัพท์พื้นฐานใช้

การมีและไม่มีโทรศัพท์พื้นฐาน		ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ไม่มี	(ร้อยละ)	33.8	16.1	25.0	39.7	36.1	46.2
มี	(ร้อยละ)	66.2	83.9	75.0	60.3	63.9	53.8
รวม	(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	(จำนวน)	2,107	199	541	698	407	262

1.2 การติดตั้งเพิ่มและเหตุผลที่ติดตั้งเพิ่ม

จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่มีโทรศัพท์พื้นฐานจากทั่วประเทศทั้งหมด 1,395 คน มีเพียงร้อยละ 5.7 เท่านั้นที่มีการติดตั้งเลขหมายเพิ่มจากเดิม โดยผู้ใช้ใน กรุงเทพมหานคร และ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เคยติดตั้งเพิ่มเลขหมายประมาณร้อยละ 11.4 และ 9.3 ตามลำดับ ขณะที่ภาคกลางมีการติดตั้งเพิ่มเพียงร้อยละ 1.0 เท่านั้น สำหรับเหตุผลในการขอเพิ่มเลขหมายพบว่า มีความต้องการใช้บริการเสริมอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต/ โทรศัพท์ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละถึง 65.8 รองลงมา คือ มีค่าบริการราคาถูก และมีคุณภาพและเทคโนโลยีที่ดี คิดเป็นร้อยละ 17.7 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ อย่างไรก็ตาม ภาคกลางกลับให้ความสำคัญกับประเด็นการมีระบบการบริการที่ดี มากกว่าภาคอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 75.0 ส่วนภาคใต้ให้ความสำคัญกับเรื่องของการมีค่าบริการราคาถูก และการมีคุณภาพและเทคโนโลยีที่ดี คิดเป็นร้อยละ 66.7 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 การติดตั้งเพิ่มและเหตุผลที่ติดตั้งเพิ่ม

การติดตั้งเพิ่มและเหตุผล		ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออกเฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ไม่เคยเพิ่มเลขหมาย	(ร้อยละ)	94.3	88.6	99.0	90.7	95.8	95.7
เคยเพิ่มเลขหมาย	(ร้อยละ)	5.7	11.4	1.0	9.3	4.2	4.3
รวม	(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	(จำนวน)	1,395	167	406	421	260	141
เหตุผลที่เพิ่มเลขหมาย							
ค่าบริการมีราคาถูก	(ร้อยละ)	17.7	10.5	25.0	12.8	18.2	66.7
มีคุณภาพและ	(ร้อยละ)	17.7	15.8	25.0	10.3	18.2	66.7
เทคโนโลยีดี							
มีระบบการบริการที่ดี	(ร้อยละ)	13.9	10.5	75.0	5.1	36.4	0.0
ต้องการใช้บริการเสริม	(ร้อยละ)	65.8	94.7	0.0	64.1	63.6	33.3
อื่นๆเช่น อินเทอร์เน็ต /							
โทรศัพท์							
อื่นๆ	(ร้อยละ)	11.4	0.0	25.0	20.5	0.0	0.0
จำนวนผู้ตอบให้เหตุผล (คน)		79	19	4	39	11	6

1.3 ประเภทการใช้งาน ปริมาณการใช้ และค่าใช้จ่าย

สำหรับประเภทการใช้งานและปริมาณการใช้โทรเข้าและออกของผู้ใช้บริการทั้งหมดยังคงใช้งานอยู่ถึงร้อยละ 85.9 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตโดยมีการใช้คิดเป็นร้อยละ 60.5 ส่วนการใช้เพื่อการรับ-ส่งโทรสารมีเพียงร้อยละ 10.5 เท่านั้น นอกจากนี้ยังพบว่า ในพื้นที่ภาคกลางมีพฤติกรรมการใช้เพื่อการรับ-ส่งโทรสารน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 6.2 ในขณะที่ในพื้นที่ภาคใต้ มีการใช้งานเพื่อการรับ-ส่งโทรสารมากที่สุดคิดเป็นร้อยละถึง 15.6 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้งานของโทรศัพท์พื้นฐาน ในภาพรวมจากทั่วประเทศ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 513.01 บาทต่อเดือน มีปริมาณการใช้ซึ่งวัดจากจำนวนครั้งในการโทรออกโดยเฉลี่ยเท่ากับ 26.41 ครั้งต่อเดือน และมีจำนวนนาที่ในการใช้งานโดยเฉลี่ยเท่ากับ 220.05 นาทีต่อเดือน อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายภาค พบว่า ภาคใต้มีจำนวนครั้งในการโทรออกโดยเฉลี่ยเพียง 17.68 ครั้งต่อเดือน และมีจำนวนนาที่ที่ใช้งานต่อเดือนโดยเฉลี่ยเท่ากับ 92.25 นาทีต่อเดือนเท่านั้น ซึ่งต่ำกว่าผลสำรวจภาพรวมในระดับประเทศค่อนข้างมาก ในขณะที่พื้นที่ในภาคกลาง กลับมีจำนวนนาที่ที่ใช้งานต่อเดือนโดยเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 302.43 นาทีต่อเดือน (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ประเภทการใช้งาน ปริมาณการใช้ และค่าใช้จ่าย

ประเภทการใช้งาน ปริมาณการใช้ และค่าใช้จ่าย		ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
การโทรเข้า-ออก							
ไม่ใช้	(ร้อยละ)	14.1	23.4	16.7	10.2	15.4	5.0
ใช้	(ร้อยละ)	85.9	76.6	83.3	89.8	84.6	95.0
รวม	(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	(จำนวน)	1,395	167	406	421	260	141
การใช้เพื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต							
ไม่ใช้	(ร้อยละ)	39.5	34.7	39.9	34.9	46.2	45.4
ใช้	(ร้อยละ)	60.5	65.3	60.1	65.1	53.8	54.6
รวม	(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	(จำนวน)	1,395	167	406	421	260	141
การได้รับ-ส่งโทรสาร							
ไม่ใช้	(ร้อยละ)	89.5	89.2	93.8	86.7	90.4	84.4
ใช้	(ร้อยละ)	10.5	10.8	6.2	13.3	9.6	15.6
รวม	(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	(จำนวน)	1,395	167	406	421	260	141
จำนวนครั้งในการโทรออกต่อเดือน							
ค่าเฉลี่ย		26.41	25.88	29.15	27.72	25.00	17.68
จำนวนผู้ตอบ(คน)		967	106	291	297	171	102
จำนวนนาทีที่ใช้งานต่อเดือน							
ค่าเฉลี่ย		220.05	190.24	302.43	194.99	218.06	92.25
จำนวนผู้ตอบ (คน)		967	106	291	297	171	102
ค่าใช้บริการที่ชำระต่อเดือน							
ค่าเฉลี่ย (บาท)		513.01	411.05	571.13	548.99	408.47	551.78
จำนวนผู้ตอบ (คน)		1,395	167	406	421	260	141

2. ความพึงพอใจในการใช้บริการ

จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจากทั่วประเทศทั้งหมด 1,395 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานปานกลาง ซึ่งคิดเป็นคะแนนรวมเฉลี่ยรวมทั้งหมด เท่ากับ 2.52 คะแนน¹ โดยผู้ให้บริการให้ความพึงพอใจต่อคุณภาพของการให้บริการ เครือข่ายของสัญญาณมากที่สุดคิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 คะแนน รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อความสามารถในการให้บริการด้านครอบคลุมพื้นที่คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 2.79 คะแนน และอันดับที่สามก็คือ ความพึงพอใจที่มีต่อชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการเครือข่าย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 คะแนน ซึ่งค่อนข้างจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ ผลสำรวจจากพื้นที่ในภาคต่างๆของประเทศ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ความพึงพอใจในการใช้บริการ

รายการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ	2.80	2.87	2.68	2.85	2.88	2.77
ความครอบคลุมเชิงพื้นที่	2.79	2.92	2.59	2.86	2.87	2.87
ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ	2.75	2.69	2.64	2.83	2.81	2.84
ความเร็วในการเชื่อมต่อ	2.57	2.63	2.37	2.68	2.63	2.68
คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ	2.50	2.33	2.36	2.62	2.6	2.52
ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	2.50	2.59	2.41	2.57	2.53	2.41
ความหลากหลายในบริการต่างๆ	2.46	2.40	2.37	2.53	2.49	2.50
การบริการลูกค้า/ การสนับสนุนทางด้านเทคนิค	2.44	2.32	2.32	2.56	2.54	2.38
ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ	2.42	2.59	2.29	2.47	2.48	2.34
ความหลากหลาย และความน่าสนใจของ รายการส่งเสริมการขายที่มี	2.34	2.29	2.19	2.45	2.39	2.38
การได้รับส่วนลดจากการซื้อบริการเสริมอื่นๆ จากผู้ให้บริการเดียวกัน	2.15	2.14	2.05	2.17	2.25	2.26
จำนวนผู้ตอบ (คน)	1,395	167	406	421	260	141

*หมายเหตุ คะแนน 4 = พึงพอใจอย่างมาก 3 = พึงพอใจ 2 = เฉยๆ และ 1 = ไม่พึงพอใจ

¹ คัดจากจำนวนผู้ตอบคำตอบแต่ละข้อ X คะแนนความพึงพอใจ/ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

บทที่ 4

พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์สาธารณะ

1. การใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับโทรศัพท์สาธารณะ

1.1 การใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ ปริมาณการใช้และค่าใช้จ่าย

จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจากทั่วประเทศทั้งหมด 2,107 คน พบว่า มีผู้ไม่ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะถึงร้อยละ 64.5 ในขณะที่มีผู้ใช้งานโทรศัพท์สาธารณะเพียงร้อยละ 35.5 เท่านั้น โดยเป็นการใช้โทรศัพท์สาธารณะประเภทหยอดเหรียญถึงร้อยละ 97.8 และเป็นประเภทบัตรโทรศัพท์ ร้อยละ 2.2 อย่างไรก็ตาม ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้มีการใช้บริการผ่านบัตรโทรศัพท์เพียงร้อยละ 1.9 และ 0.8 ตามลำดับ ในขณะที่ พื้นที่ในภาคกลางมีปริมาณการใช้บริการผ่านบัตรโทรศัพท์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.2 และไม่ใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.8 ซึ่งมากกว่าร้อยละของภาพรวมทั้งประเทศ ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือกลับมีพฤติกรรมการใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.1 ซึ่งมากกว่าร้อยละของภาพรวมทั้งประเทศ

ในส่วนของปริมาณการใช้ของโทรศัพท์สาธารณะจากทั่วประเทศ มีจำนวนนาทในการใช้งานโดยเฉลี่ยเท่ากับ 34.51 นาทีต่อเดือน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคกลับพบว่า กรุงเทพมหานครมีจำนวนนาทในการใช้งานโดยเฉลี่ยต่ำที่สุดเท่ากับ 19.49 นาทีต่อเดือน ภาคกลางมีปริมาณการใช้โดยเฉลี่ยต่ำกว่าปริมาณเฉลี่ยจากทั่วประเทศเท่ากับ 22.80 นาทีต่อเดือน แต่ที่ภาคใต้กลับมีจำนวนนาทในการใช้งานโดยเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 59.49 นาทีต่อเดือน

สำหรับค่าใช้จ่ายในการใช้งานของโทรศัพท์สาธารณะในภาพรวมทั่วประเทศ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 22.99 บาทต่อเดือน โดยพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีค่าใช้จ่ายต่ำที่สุดโดยเฉลี่ยเท่ากับ 12.83 บาทต่อเดือน และภาคใต้กลับมีค่าใช้จ่ายสูงสุดโดยเฉลี่ยเท่ากับ 30.40 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 การใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ ปริมาณการใช้และค่าใช้จ่าย

รายการ		ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
พฤติกรรมการใช้บริการ							
ไม่ใช้บริการ	(ร้อยละ)	64.5	65.3	73.8	58.9	62.4	62.6
ใช้บริการ	(ร้อยละ)	35.5	34.7	26.2	41.1	37.6	37.4
รวม	(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	(จำนวน)	2,107	199	541	698	407	262
ประเภทการใช้บริการ							
หยอดเหรียญ	(ร้อยละ)	97.8	97.8	96.8	98.1	97.3	99.2
บัตร	(ร้อยละ)	2.2	2.2	3.2	1.9	2.7	0.8
รวม	(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	(จำนวน)	866	89	156	310	187	124
จำนวนนาทีที่ใช้งานต่อเดือน							
ค่าเฉลี่ย		34.51	19.49	22.80	33.80	37.50	59.49
จำนวนผู้ตอบ (คน)		749	69	142	287	153	98
ค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการ							
ค่าเฉลี่ย (บาท)		22.99	12.83	22.23	23.69	22.25	30.40
จำนวนผู้ตอบ (คน)		749	69	142	287	153	98

2. ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ

จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจากทั่วประเทศทั้งหมด 749 คน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์สาธารณะค่อนข้างปานกลาง หรือคิดเป็นคะแนนโดยเฉลี่ยทั้งหมดเท่ากับ 2.64 คะแนน¹ โดยเป็นความพึงพอใจในความสามารถของการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะได้ครอบคลุมพื้นที่มากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 2.80 คะแนน รองลงมาคือ ความพึงพอใจที่มีต่อชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการโทรศัพท์สาธารณะ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 คะแนน และอันดับที่สามคือ ความพึงพอใจต่อคุณภาพของการให้บริการ เครือข่ายของสัญญาณ มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 2.74 คะแนน และมีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ ผลสำรวจจากพื้นที่ในภาคต่างๆของประเทศ (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ

รายการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ความครอบคลุมเชิงพื้นที่	2.80	2.59	2.65	2.87	2.84	2.88
ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ	2.75	2.46	2.89	2.80	2.57	2.89
คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ	2.74	2.33	2.75	2.83	2.73	2.81
ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ	2.64	2.58	2.53	2.74	2.59	2.67
ความเร็วในการเชื่อมต่อ	2.59	2.28	2.49	2.65	2.63	2.72
การบริการลูกค้า/ การสนับสนุนทางด้านเทคนิค	2.34	2.10	2.40	2.37	2.29	2.41
จำนวนผู้ตอบ (คน)	749	69	142	287	153	98

*หมายเหตุ คะแนน 4 = พึงพอใจอย่างมาก 3 = พึงพอใจ 2 = เฉยๆ และ 1 = ไม่พึงพอใจ

¹ คัดจากจำนวนผู้ตอบคำตอบแต่ละข้อ X คะแนนความพึงพอใจ) / จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยกเลิกการให้บริการโทรศัพท์สาธารณะ

จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จากทั่วประเทศทั้งหมด 2,107 คน พบว่าในภาพรวมของทั้งประเทศมีผู้แสดงความเห็นเพียงร้อยละ 12.1 เท่านั้น ที่เห็นว่าควรยกเลิกโทรศัพท์สาธารณะ โดยในพื้นที่ภาคกลาง มีความเห็นให้ยกเลิกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละถึง 18.7 และพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลับมีความเห็นให้ยกเลิกบริการโทรศัพท์สาธารณะเพียงแค่อ้อยละ 7 และ ร้อยละ 7.6 ตามลำดับ สำหรับเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าไม่ควรยกเลิกโทรศัพท์สาธารณะ เพราะยังมีความจำเป็นในการใช้บริการอยู่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละถึง 94.7 ส่วนเหตุผลรองลงมาคือ ควรมีโทรศัพท์สาธารณะสำรองไว้เวลาในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉินเกิดขึ้นคิดเป็นร้อยละ 9.3 แต่เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายพื้นที่กลับพบว่าพื้นที่ภาคกลางให้ความสำคัญกับการมีโทรศัพท์สาธารณะไว้สำรองเผื่อเวลาฉุกเฉินเพียงแค่อ้อยละ 3.2 เท่านั้น ในขณะที่ พื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร กลับให้ความสำคัญถึงร้อยละ 20.5

อย่างไรก็ตามมีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีความเห็นว่าควรยกเลิกโดยให้เหตุผลคือ ไม่มีความจำเป็นในการใช้บริการเพราะในเวลาปกติจะใช้โทรศัพท์ประเภทอื่นมากกว่าคิดเป็นร้อยละ 84.3 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยผลสำรวจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ความสำคัญกับเหตุผลในข้อนี้เพียงร้อยละ 60.4 ซึ่งต่ำสุด ส่วนเหตุผลอันดับรองลงมาคือ โทรศัพท์สาธารณะไม่สามารถใช้งานได้อย่างสะดวก คิดเป็นร้อยละ 50.6 โดยในภาคเหนือให้ความสำคัญกับเหตุผลในข้อนี้ต่ำกว่าตัวเลขจากภาพรวมทั้งประเทศและในภาคอื่นๆ คิดเป็นร้อยละเพียง 29.8 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่านั้น (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยกเลิกการให้บริการโทรศัพท์สาธารณะ

รายการ		ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
การยกเลิกบริการโทรศัพท์สาธารณะ							
ไม่ควรยกเลิก	(ร้อยละ)	87.9	93.0	81.3	92.4	88.5	84.7
ควรยกเลิก	(ร้อยละ)	12.1	7.0	18.7	7.6	11.5	15.3
รวม	(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	(จำนวน)	2,107	199	541	698	407	262
เหตุผลที่ไม่ควรเลิก							
มีความจำเป็นต้องใช้บริการอยู่	(ร้อยละ)	94.7	90.3	98.4	93.8	91.4	99.1
สำรองเวลาเมื่อเหตุฉุกเฉิน	(ร้อยละ)	9.3	20.5	3.2	9.1	12.2	8.1
รวม	(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	(จำนวน)	1,852	185	440	645	360	222
เหตุผลที่ควรเลิก							
ใช้งานไม่สะดวก	(ร้อยละ)	50.6	57.1	58.4	47.2	29.8	57.5
ไม่มีความจำเป็นต้องใช้บริการ	(ร้อยละ)	84.3	92.9	94.1	60.4	85.1	87.5
(ปกติใช้โทรศัพท์ประเภทอื่น มากกว่า)							
อื่นๆ	(ร้อยละ)	4.3	7.1	5.0	5.7	2.1	2.5
รวม	(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	(จำนวน)	255	14	101	53	47	40

บทที่ 5

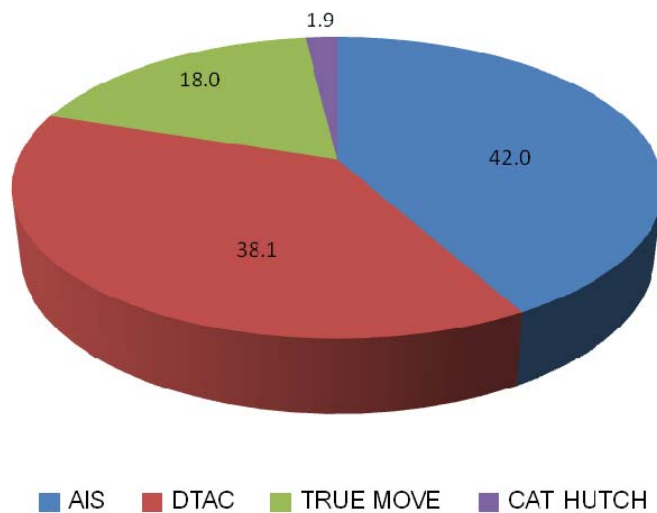
พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

1. พฤติกรรมการใช้บริการ

ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศจำนวน 2,107 คน พบว่ามีผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่คิดเป็นร้อยละ 93 จากบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายทั้งสิ้น 4 บริษัท ทั้งนี้ผู้ใช้สามารถเลือกตอบรับบริการได้มากกว่าหนึ่งเครือข่าย ผลการสำรวจพบว่าผู้ใช้บริการมากกว่าหนึ่งเครือข่ายอยู่ประมาณ 454 คน [คิดจากส่วนต่างของ จำนวนการเลือกใช้บริการเครือข่าย – จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่] โดยในเขตกรุงเทพฯ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผู้ใช้บริการมากกว่าหนึ่งเครือข่ายในจำนวนสูงกว่าภาคอื่นๆ

จากการสำรวจยังพบว่า ในจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด มีการเลือกใช้เครือข่าย AIS มากเป็นอันดับหนึ่ง ตามด้วย DTAC, TRUE MOVE และ CAT HUTCH โดยคิดเป็นร้อยละ 42.0, 38.1, 18.0 และ 1.9 ตามลำดับ (รูปภาพที่ 3) ซึ่งหากแยกดูในแต่ละเครือข่าย จะพบว่า AIS สามารถครองพื้นที่ในภาคกลาง และภาคใต้ได้มากเป็นอันดับต้นในอัตราร้อยละ 53.8 และร้อยละ 37.8 ตามลำดับ ส่วน DTAC ครองพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ ร้อยละ 37.4 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 45.9 และภาคเหนือร้อยละ 37.7 (ตารางที่ 11)

รูปภาพที่ 3 บริษัทเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เลือกใช้บริการ (ทั่วประเทศ)



ตารางที่ 11 การใช้บริการและบริษัทเครือข่ายที่ใช้เลือกบริการ

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เชียงใหม่	เหนือ	ใต้
ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
(จำนวนตัวอย่าง)	(2,107)	(199)	(541)	(698)	(407)	(262)
1. พฤติกรรมการใช้บริการ						
ไม่ใช้	7.0	3.0	5.0	6.6	7.9	13.7
ใช้	93.0	97.0	95.0	93.4	92.1	86.3
บริษัทเครือข่ายที่ใช้เลือกบริการ						
(ให้บริการได้มากกว่าหนึ่งบริษัท)	(2,414)	(265)	(569)	(809)	(493)	(278)
AIS	42.0	37.0	53.8	43.3	31.2	37.8
DTAC	38.1	37.4	28.5	45.9	37.7	36.7
TRUE MOVE	18.0	22.6	17.0	10.1	26.4	23.7
CAT HUTCH	1.9	3.0	0.7	0.7	4.7	1.8

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือจำนวนผู้ใช้บริการ

สำหรับเหตุผลสำหรับการเลือกใช้บริการของผู้รับบริการส่วนมากจะพิจารณาจากอัตราค่าบริการที่มีราคาถูกกว่าเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 67.2 ตามด้วยการมีเครือข่ายครอบคลุมทุกพื้นที่ร้อยละ 64.1 และสัญญาณเสียงคมชัดร้อยละ 58.9 แต่ผู้ให้บริการคำนึงถึงเรื่องของการบริการลูกค้าที่มีประสิทธิภาพน้อยที่สุดคือมีเพียงร้อยละ 25.2 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 เหตุผลที่เลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

N = 1,395

เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	ร้อยละ
1) อัตราค่าบริการถูกกว่า	67.2
2) มีเครือข่ายครอบคลุมทุกพื้นที่	64.1
3) สัญญาณเสียงคมชัด สะดวกในการติดต่อ	58.9
4) มีประเภทการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการของท่าน	39.2
5) มีการคิดค่าบริการที่คงที่ในการโทรออก สามารถตรวจสอบได้	34.4
6) เป็นบริษัทที่ดั่งขึ้นมายาวนานและเป็นที่รู้จักดีในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่	31.8
7) ได้รับการแนะนำจากเพื่อน/ คนรู้จัก/ ครอบครัว	26.7
8) มีการบริการลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ	25.2

หมายเหตุ : ผู้ใช้บริการสามารถตอบได้มากกว่าหนึ่งเหตุผลในการเลือกใช้บริการ

ด้านจำนวนนาที่ที่ใช้งานต่อเดือน และค่าใช้บริการต่อเดือน เมื่อแบ่งตามรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็น 3 ประเภท คือ บริการเสียง (การโทรออก) การส่ง SMS-MMS และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ในภาพรวมพบว่า ผู้ใช้บริการทั้งหมดใช้บริการเสียง ส่วนการใช้บริการส่ง SMS-MMS นั้นมีประมาณร้อยละ 46.8 หรือ 918 คนจากผู้ใช้บริการทั้งหมด แต่ในด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีจำนวนเพียงร้อยละ 17.4 หรือ 341 คนนั้นที่ใช้งาน

ทั้งนี้ ในปริมาณการใช้งานบริการเสียงนั้น โดยเฉลี่ยจะมีการใช้ประมาณ 756.27 นาทีต่อเดือน ค่าใช้บริการโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 411.71 บาท ส่วนการส่ง SMS/ MMS จะมีการใช้งานเฉลี่ยประมาณเดือนละ 36 ครั้ง ค่าใช้บริการประมาณ 44 บาทต่อเดือน และในด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า มีการใช้งานโดยเฉลี่ยประมาณ 1 ชั่วโมงต่อคนต่อวัน ค่าใช้บริการประมาณ 137 บาท (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยจำนวนนาที่ที่ใช้งานต่อเดือน และค่าใช้บริการต่อเดือน (ทั่วประเทศ)

รูปแบบการใช้	ร้อยละผู้ใช้งาน (จำนวน)	ปริมาณการใช้งาน ต่อเดือน	ค่าใช้บริการต่อเดือน (บาท)
บริการเสียง	100.0 (1,960)	756.27 นาที	411.71
การส่ง SMS-MMS	46.8 (918)	36.35 ครั้ง	43.76
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต	17.4 (341)	1,899.27 นาที	137.01

เมื่อพิจารณาจำแนกตามภูมิภาคดังตารางที่ 14 พบว่า การใช้บริการเสียงหรือโทรออก มีการใช้บริการเฉลี่ยที่ 756.27 นาทีต่อเดือน โดยมีการใช้สูงสุดอยู่ที่ภาคกลาง คือ 856.72 นาทีต่อเดือน และการใช้น้อยสุดอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 645.31 นาทีต่อเดือน พบว่าภาคใต้มีการใช้งานน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ คือ 19.33 ครั้งต่อเดือน ในขณะที่กรุงเทพมหานครมีการใช้มากที่สุด คือ 47.64 ครั้งต่อเดือน ขณะที่การใช้อินเทอร์เน็ตมีการใช้บริการโดยเฉลี่ยทั่วประเทศที่ 1,899.27 นาทีต่อเดือน มีการใช้บริการสูงสุดในเขตกรุงเทพฯ ถึง 2,863.96 นาทีต่อเดือน โดยภาคกลางมีการใช้บริการนี้เพียง 569.47 นาทีต่อเดือน เท่านั้น

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้บริการเป็นรายภาค พบว่าค่าใช้สูงสุดอยู่ในเขตกรุงเทพฯ คือ 552.82 บาทต่อคนต่อเดือน ขณะที่ค่าต่ำสุดอยู่ที่ภาคกลาง (382.83 บาทต่อเดือน) ส่วนค่าใช้บริการ SMS-MMS พบว่าในแต่ละภาคมีค่าใช้บริการที่ไม่แตกต่างกันมากนัก สำหรับค่าบริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ภาคที่มีค่าใช้บริการสูงสุดคือ ภาคเหนือ โดยมีค่าใช้บริการประมาณ 247.22 บาทต่อเดือน ในขณะที่ค่าบริการต่ำสุดอยู่ที่ภาคกลาง เพียง 53.05 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยจำนวนนาที่ที่ใช้งานต่อเดือน และค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (จำแนกภาค)

ประเภทบริการ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
การโทรออก	(265)	(569)	(809)	(493)	(278)
จำนวนที่ใช้งานต่อเดือน (นาที่)	750.60	856.72	645.31	793.31	791.31
ค่าใช้บริการต่อเดือน (บาท)	552.82	382.83	392.82	427.09	385.84
การส่ง SMS-MMS	(265)	(569)	(809)	(493)	(278)
จำนวนที่ใช้งานต่อเดือน (ครั้ง)	47.64	40.29	36.91	31.06	19.33
ค่าใช้บริการต่อเดือน (บาท)	42.69	46.13	45.44	40.13	40.14
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	(265)	(569)	(809)	(493)	(278)
จำนวนที่ใช้งานต่อเดือน (นาที่)	2,863.96	569.47	1,755.38	2,554.02	1,822.00
ค่าใช้บริการต่อเดือน (บาท)	134.34	53.05	117.97	247.22	182.07

ด้านประเภทการชำระเงิน ค่าใช้จ่ายทุกหมายเลขเฉลี่ยต่อเดือน และช่วงเวลาที่ใช้งาน จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศพบว่า โดยส่วนมากนิยมชำระเงินแบบ Pre-paid คิดเป็น ร้อยละ 80.7 ซึ่งจะเห็นได้ว่าสัดส่วนการใช้แบบ Pre-paid นี้มากกว่าแบบ Post-paid ที่มีเพียงร้อยละ 19.3 เท่านั้น ทั้งยังเป็นอัตราส่วนที่คล้ายคลึงกันในเกือบทุกภาค เว้นแต่เขตกรุงเทพฯ ที่สัดส่วน ระหว่างการชำระเงินสองประเภทใกล้เคียงกัน

สำหรับค่าใช้จ่ายรวมทุกหมายเลขเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าค่าเฉลี่ย (Mean) ทั่วประเทศอยู่ที่ 453.09 บาทต่อเดือน ในขณะที่กรุงเทพฯ เป็นเขตที่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุดที่ 626.97 บาทต่อเดือน และภาคกลางน้อยที่สุดที่ 412.31 บาทต่อเดือน ส่วนของช่วงเวลาที่ใช้งาน โดยมากพบพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกันทุกภาค กล่าวคือ ช่วงเวลา 08.01-16.00 มีผู้ใช้บริการโดยเฉลี่ยมากที่สุด (ร้อยละ 48.4) ในขณะที่ช่วงเวลา 22.01-08.00 เป็นช่วงที่มีการใช้น้อยที่สุดเพียงร้อยละ 8.2 (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ประเภทการชำระเงิน ค่าใช้จ่ายทุกหมายเลขเฉลี่ยต่อเดือนและช่วงเวลาที่ใช้งาน

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ประเภทการชำระเงิน (ใช้บริการได้มากกว่าหนึ่งเลขหมาย)	(2,414)	(265)	(569)	(809)	(493)	(278)
Pre-paid	80.7	56.6	89.5	84.4	74.2	86.3
Post-paid	19.3	43.4	10.5	15.6	25.8	13.7
ค่าใช้จ่ายรวมทุกหมายเลขเฉลี่ย ต่อเดือน (บาท)	453.09	626.97	412.31	437.51	467.15	418.91
ช่วงเวลาที่ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
08.01 – 16.00 น.	48.4	51.8	40.7	52.1	52.0	46.0
16.01 – 22.00 น.	43.5	37.3	48.6	39.1	43.2	50.0
22.01 – 08.00 น.	8.2	10.9	10.7	8.7	4.8	4.0

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือจำนวนผู้ให้บริการ

2. การเปลี่ยน/ยกเลิก บริษัทผู้ให้บริการ

จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจากทั่วประเทศที่มีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 1,960 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยน/ยกเลิกบริษัทผู้ให้บริการมีเพียงร้อยละ 24.8 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยเมื่อสำรวจในรายละเอียดพบว่า ในกรุงเทพฯ มีการเปลี่ยน/ยกเลิกมากที่สุดถึงร้อยละ 35.8 ขณะที่ภาคกลางมีเพียงร้อยละ 15.0 ซึ่งโดยภาพรวมทั่วประเทศ พบว่าบริษัทผู้ให้บริการที่ถูกเปลี่ยน/ยกเลิกมากที่สุดคือ AIS คิดเป็นร้อยละ 41.1 และเมื่อแยกเป็นรายละเอียดพบว่า AIS ถูกเปลี่ยน/ยกเลิก มากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือถึงร้อยละ 48.7 ส่วนภาคกลาง คือ DTAC คิดเป็นร้อยละ 41.6 ภาคใต้เป็น TRUE MOVE คิดเป็นร้อยละ 31.5 ส่วนในกรุงเทพฯ ได้แก่ CATCH HUTCH คิดเป็นร้อยละ 7.2 และ THAI MOBILE คิดเป็นร้อยละ 1.4 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 การเปลี่ยน/ยกเลิกบริษัทผู้ให้บริการ และบริษัทผู้ให้บริการที่ได้ทำการเปลี่ยน/ยกเลิก

การให้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
การเปลี่ยน/ ยกเลิกบริษัทผู้ให้บริการ	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
ไม่เคยเปลี่ยน/ ยกเลิก	75.2	64.2	85.0	71.3	73.3	76.1
เคยเปลี่ยน/ ยกเลิก	24.8	35.8	15.0	28.7	26.7	23.9
บริษัทผู้ให้บริการที่เปลี่ยน/ ยกเลิก	(487)	(69)	(77)	(187)	(100)	(54)
AIS	41.1	36.2	33.8	48.7	36.0	40.7
DTAC	30.6	31.9	41.6	27.8	29.0	25.9
TRUE MOVE	24.4	23.2	19.5	21.9	30.0	31.5
CAT HUTCH	3.3	7.2	5.2	0.5	5.0	1.9
THAI MOBILE	0.6	1.4	0.0	1.1	0.0	0.0

เหตุผลที่เปลี่ยน/ ยกเลิกเลขหมาย ผลสำรวจทั่วประเทศพบว่า เหตุผลอันดับแรกคือ การช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายที่มีผลสำรวจสูงถึงร้อยละ 54.2 อันดับสองคือ เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ร้อยละ 37.2 และอันดับสามคือ คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค ร้อยละ 22.4 โดยมีเพียงแค่ร้อยละ 6 ที่คำนึงถึงการไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 เหตุผลที่เปลี่ยน/ ยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่

เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	ร้อยละ
1) ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย	54.2
2) เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่	37.2
3) คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค	22.4
4) การบริการไม่ดี	18.1
5) ไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ	6.0

3. การเปลี่ยน/ เพิ่มบริษัทผู้ให้บริการ

จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศจำนวน 1,960 คน พบว่ามีผู้เปลี่ยน/ เพิ่มบริษัทผู้ให้บริการเพียงร้อยละ 11.0 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครมีผู้เปลี่ยน/ เพิ่มบริษัทผู้ให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 17.1 ซึ่งมากกว่าพื้นที่ในภาคอื่นๆ ในขณะที่ภาคกลางมีจำนวนผู้ที่คิดเปลี่ยน/ เพิ่มบริษัทผู้ให้บริการต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 7.2 ในทางตรงกันข้าม มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามถึงร้อยละ 89.0 ที่ไม่คิดจะเปลี่ยน/ เพิ่มบริษัทผู้ให้บริการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลสำรวจในแต่ละภาค โดยบริษัทผู้ให้บริการที่มีผู้คิดจะเปลี่ยน/ เพิ่มจากทั่วประเทศมากที่สุด คือ DTAC คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ TRUE MOVE คิดเป็นร้อยละ 28.2 และ AIS คิดเป็นร้อยละ 26.9

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากผลสำรวจในรายภาค พบว่ามีการเปลี่ยน/ เพิ่ม AIS มากที่สุดในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 45.9 ส่วนเขตกรุงเทพฯ คือ DTAC มีถึงร้อยละ 48.5 ภาคเหนือ ได้แก่ TRUE MOVE ร้อยละ 31.3 และ CATCH HUTCH ร้อยละ 20.8 ในขณะที่ภาคใต้ คือ THAI MOBILE คิดเป็นร้อยละ 4.0 (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 การเปลี่ยน/ เพิ่มบริษัทผู้ให้บริการ และบริษัทผู้ให้บริการที่คิดจะเปลี่ยน/ เพิ่ม

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เชียงใหม่	เหนือ	ใต้
การเปลี่ยน/ เพิ่มบริษัทผู้ให้บริการ	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
ไม่คิดเปลี่ยน/ เพิ่ม	89.0	82.9	92.8	88.8	87.2	88.9
คิดเปลี่ยน/ เพิ่ม	11.0	17.1	7.2	11.2	12.8	11.1
บริษัทผู้ให้บริการที่คิดจะเปลี่ยน/ เพิ่ม	(216)	(33)	(37)	(73)	(48)	(25)
AIS	26.9	21.2	45.9	23.3	18.8	32.0
DTAC	38.0	48.5	24.3	46.6	29.2	36.0
TRUE MOVE	28.2	24.2	29.7	30.1	31.3	20.0
CAT HUTCH	6.0	3.0	0.0	0.0	20.8	8.0
THAI MOBILE	0.9	3.0	0.0	0.0	0.0	4.0

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือจำนวนผู้ใช้บริการ

สำหรับเหตุผลที่เปลี่ยน/ เพิ่มหมายเลข จากผลสำรวจอันดับแรกคือ ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย/ อัตราค่าบริการผู้ให้บริการรายอื่นถูกกว่า อยู่ที่ร้อยละ 56.9 อันดับสองคือ เครือข่ายสัญญาณผู้ให้บริการรายอื่นดีกว่า ร้อยละ 34.3 ซึ่งในส่วนภาคกลางมีผู้ให้เหตุผลข้อนี้สูงถึงร้อยละ 62.2 ส่วนอันดับสาม คือ ต้องการใช้บริการเสริมอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต/ โทรศัพท์ เป็นต้น ร้อยละ 25.9 ในอัตราส่วนข้อนี้โดยมากอยู่ในกรุงเทพฯ ถึงร้อยละ 48.5 (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 เหตุผลที่จะเปลี่ยน/ เพิ่มหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
เหตุผลที่จะเปลี่ยน/ เพิ่มเลขหมาย (เลือกได้มากกว่าหนึ่งเหตุผล)	(216)	(33)	(37)	(73)	(48)	(25)
1) ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย/ อัตราค่าบริการผู้ ให้บริการรายอื่นถูกกว่า	56.9	54.5	32.4	65.8	68.8	48.0
2) เครือข่ายสัญญาณผู้ให้บริการรายอื่นดีกว่า	34.3	21.2	62.2	28.8	27.1	40.0
3) ต้องการใช้บริการเสริมอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต / โทรศัพท์	25.9	48.5	27.0	23.3	18.8	16.0
3) เทคโนโลยีผู้ให้บริการรายอื่นมีคุณภาพสูงกว่า	17.6	12.1	16.2	19.2	12.5	32.0
4) บริการของผู้ให้บริการรายอื่นดีกว่า	16.2	12.1	16.2	12.3	14.6	36.0

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือจำนวนผู้ใช้บริการ

4. การประเมินความพึงพอใจ

จากแบบสอบถามในกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศทั้งหมด 1,960 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือคิดเป็นคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดเท่ากับ 2.70 คะแนน¹ โดยผู้ให้บริการให้ความพึงพอใจต่อคุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยคิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 คะแนน ส่วนอันดับสอง คือ ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 คะแนน เรื่องการได้รับส่วนลดจากค่าบริการเสริมอื่นๆ จากผู้ให้บริการเดียวกันนั้น ได้คะแนนมาเป็นอันดับสุดท้ายอยู่ที่ 2.31 คะแนน (ตารางที่ 20)

¹ คัดจากจำนวนผู้ตอบคำตอบแต่ละข้อ X คะแนนความพึงพอใจ) / จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 20 ความพึงพอใจในการใช้บริการ

รายการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ	3.06	3.08	3.02	3.09	3.10	2.95
ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ	3.04	2.97	3.02	3.10	3.06	2.99
ความครอบคลุมเชิงพื้นที่	2.97	3.17	2.81	2.99	3.07	2.91
ความเร็วในการเชื่อมต่อ	2.76	2.76	2.60	2.84	2.85	2.77
คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ	2.74	2.78	2.63	2.80	2.83	2.67
ความหลากหลายในบริการต่างๆ	2.73	2.81	2.53	2.81	2.81	2.75
การบริการลูกค้า/ การสนับสนุนทางด้านเทคนิค	2.63	2.79	2.49	2.73	2.63	2.57
ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ	2.62	2.54	2.52	2.70	2.69	2.57
ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	2.60	2.74	2.50	2.65	2.62	2.55
ความหลากหลาย และความน่าสนใจของ รายการส่งเสริมการขายที่มี	2.52	2.61	2.33	2.57	2.66	2.54
การได้รับส่วนลดจากซื้อบริการเสริมอื่นๆ จากผู้ ให้บริการเดียวกัน	2.31	2.37	2.15	2.34	2.41	2.36
จำนวนผู้ตอบ (คน)	1,960	193	514	652	375	226

*หมายเหตุ คะแนน 4 = พึงพอใจอย่างมาก 3 = พึงพอใจ 2 = เฉยๆ และ 1 = ไม่พึงพอใจ

บทที่ 6

พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ทางไกล ภายในประเทศ

1. พฤติกรรมการใช้บริการ

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2,107 คน ดังตารางที่ 21 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศมีร้อยละ 32.3 หรือ 681 คน โดยสัดส่วนนี้ ไม่มีความแตกต่างกันมากนักตามพื้นที่ของประเทศ นอกจากนี้ ยังแสดงถึงจำนวนนาทีเฉลี่ยของการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลในประเทศโดยเฉลี่ย ทั้งจำนวนนาทีที่ใช้และค่าใช้จ่ายโดยรวม ซึ่งแยกเป็นการทำงานจากโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตารางที่ 21 พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศแยกตามภูมิภาค

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉิงเหิน	เหนือ	ใต้
ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	100.0 (2,107)	100.0 (199)	100.0 (541)	100.0 (698)	100.0 (407)	100.0 (262)
พฤติกรรมการใช้บริการ						
ไม่ใช้	67.7	67.3	75.8	62.5	63.9	71.0
ใช้	32.3	32.7	24.2	37.5	36.1	29.0

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
จำนวนผู้ให้บริการ	(681)	(65)	(131)	(262)	(147)	(76)
จำนวนนาที่ที่ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน	188.21	205.77	120.24	213.53	165.48	247.05
ค่าใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	177.26	190.83	148.53	185.06	172.50	197.50
การใช้ผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน	(681)	(65)	(131)	(262)	(147)	(76)
ไม่ใช้	76.4	75.4	67.2	78.6	83.7	71.1
ใช้	23.6	24.6	32.8	21.4	16.3	28.9
จำนวนผู้ให้บริการ	(161)	(16)	(43)	(56)	(24)	(22)
จำนวนนาที่ที่ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน	94.55	146.88	66.21	129.11	47.17	75.59
ค่าใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	154.46	177.81	123.14	180.68	83.13	209.77
การใช้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	(681)	(65)	(131)	(262)	(147)	(76)
ไม่ใช้	12.0	7.7	19.1	11.5	7.5	14.5
ใช้	88.0	92.3	80.9	88.5	92.5	85.5
จำนวนผู้ให้บริการ	(599)	(60)	(106)	(232)	(136)	(65)
จำนวนนาที่ที่ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน	184.88	183.75	121.75	197.70	175.26	263.28
ค่าใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	163.04	159.32	133.60	169.81	177.57	159.92
เฉพาะผู้ใช้ทั้งสองช่องทาง	(79)	(11)	(18)	(26)	(13)	(11)
จำนวนนาที่ที่ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน	259.44	404.27	266.78	272.58	197.31	145.00
ค่าใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	342.19	335.45	321.94	395.31	213.85	408.18

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือจำนวนผู้ให้บริการ

ทั้งนี้ จากตารางที่ 21 ถ้าพิจารณาตัวเลขของทั้งประเทศ จะเห็นว่า ในจำนวนผู้ให้บริการทางไกลระหว่างประเทศ 681 คน เลือกใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ถึง 599 คน หรือร้อยละ 88.0 ขณะที่ใช้บริการผ่านโทรศัพท์พื้นฐานเพียง 161 คน หรือร้อยละ 23.6 ส่วนผู้ที่เลือกใช้บริการทั้งสองช่องทางมีจำนวน 79 คน หรือร้อยละ 11.6

ในส่วนของการใช้งานและค่าใช้จ่ายต่อเดือนนั้น จากตัวเลขเฉลี่ยของตัวอย่างทั้งหมดพบว่า มีการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลในประเทศเฉลี่ย 188.21 นาทีต่อเดือน และเสียค่าบริการ 177.26 บาทต่อเดือน คิดเป็นค่าใช้จ่ายบริการโทรศัพท์ทางไกลในประเทศเฉลี่ย 0.94 บาทต่อนาที ด้านการให้บริการผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน จำนวนการใช้มีเพียง 94.55 นาทีต่อเดือน และเสียค่าใช้จ่าย 154.46 บาทต่อนาที ซึ่งคิดเป็นค่าใช้จ่ายบริการสูงถึง 1.63 บาทต่อนาที

การให้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีค่าเฉลี่ยของจำนวนนาทีการใช้งาน 184.88 นาที และมีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวน 163.04 บาท คิดเป็นค่าบริการเพียง 0.88 บาทต่อนาที ซึ่งถูกกว่าที่ใช้งานผ่านโทรศัพท์พื้นฐานประมาณเท่าตัว ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานคิดอัตราค่าบริการต่อนาทีในการโทรทางไกลภายในประเทศตามรหัสของเลขหมายปลายทาง แต่โทรศัพท์เคลื่อนที่จะคิดค่าบริการต่อนาทีในการโทรออกทุกรหัสทั่วประเทศในราคาเดียวกัน

สิ่งที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ ในกลุ่มของผู้ใช้โทรศัพท์ทางไกลในประเทศ ทั้งจากโทรศัพท์พื้นฐานและเคลื่อนที่ 79 คนนั้น มีจำนวนนาทีของการใช้สูงที่สุดคือ 259.44 นาทีต่อเดือน และจ่ายค่าบริการ 342.19 บาท หรือ 1.32 บาทต่อนาที ซึ่งประเด็นเหล่านี้สรุปภาพรวมอยู่ในตารางที่ 22

ตารางที่ 22 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศ

ช่องทาง การให้บริการ	ร้อยละผู้ใช้งาน (จำนวน)	จำนวนการใช้งาน ต่อเดือน (นาที)	ค่าใช้จ่าย ต่อเดือน (บาท)	ค่าบริการ ต่อนาที (บาท)
ผู้ใช้ทั้งหมด	32.3 (681 คน)	188.21	177.26	0.94
โทรศัพท์พื้นฐาน	23.6 (161 คน)	94.55	154.46	1.63
โทรศัพท์เคลื่อนที่	88.0 (599 คน)	184.88	163.04	0.88
โทรศัพท์พื้นฐาน และเคลื่อนที่	11.6 (79 คน)	259.44	342.19	1.32

2. ความพึงพอใจต่อบริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศ

ตารางที่ 23 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจต่อบริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศ โดยเรียงลำดับข้อที่ผู้ให้บริการมีความพอใจมากไปหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้ว่า โดยรวม ผู้ใช้บริการค่อนข้างมีความพึงพอใจระดับเฉย ๆ ถึงพอใจ เนื่องจากค่าเฉลี่ยของคะแนนในแต่ละด้านที่อยู่ระหว่าง 2 (เฉยๆ) ถึง 3 (พอใจ) คะแนน จากคะแนนรวม 4 คะแนน โดยผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการและเครือข่ายสัญญาณมากที่สุด (2.98) รองลงมาคือด้านชื่อเสียง แปรนด์ของผู้ให้บริการ (2.94) และความครอบคลุมเชิงพื้นที่ (2.91) ตามลำดับ ขณะที่การได้รับส่วนลดจากการใช้บริการเสริมอื่นๆ จากผู้ให้บริการรายเดียวกันเป็นประเด็นที่ผู้บริกากรรู้สึกพึงพอใจน้อยที่สุด (2.29) เมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

ตารางที่ 23 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อบริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศ*

ประเด็นการประเมิน	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เชียงใหม่	เหนือ	ใต้
จำนวนผู้ให้บริการ (คน)	(681)	(65)	(131)	(262)	(147)	(76)
คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ	2.98	2.92	3.00	3.01	2.99	2.87
ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ	2.94	2.72	3.00	2.93	3.02	2.92
ความครอบคลุมเชิงพื้นที่	2.91	2.94	2.72	2.98	3.00	2.83
ความเร็วในการเชื่อมต่อ	2.81	2.86	2.72	2.88	2.80	2.70
คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ	2.65	2.38	2.60	2.67	2.78	2.63
การบริการลูกค้า/ การสนับสนุนทางด้านเทคนิค	2.63	2.74	2.53	2.67	2.65	2.58
ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	2.62	2.66	2.55	2.62	2.72	2.53
ความหลากหลายในบริการต่างๆ	2.61	2.46	2.50	2.63	2.72	2.59
ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ	2.60	2.54	2.48	2.69	2.71	2.34
ความหลากหลาย และความน่าสนใจของ รายการส่งเสริมการขายที่มี	2.42	2.51	2.27	2.40	2.57	2.41
การได้รับส่วนลดจากค่าบริการเสริมอื่นๆ จากผู้ให้บริการเดียวกัน	2.29	2.40	2.11	2.27	2.45	2.25

* นำเสนอเป็นคะแนนค่าเฉลี่ย โดย 4 = พึงพอใจอย่างมาก 3 = พอใจ 2 = เฉยๆ และ 1 = ไม่พึงพอใจ
โดยเรียงลำดับผลคะแนนจากมากไปน้อย

บทที่ 7

พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ทางไกล ระหว่างประเทศ

1. พฤติกรรมการใช้บริการ

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2,107 คน มีการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศน้อยมากเพียง 92 คน หรือร้อยละ 4.4 โดยจากตารางที่ 24 จะเห็นว่า ในจำนวน 92 คนนี้ ส่วนใหญ่ 77 คน หรือร้อยละ 83.7 เลือกใช้บริการระบบต่อตรง ส่วนอีก 24 คน หรือร้อยละ 26.1 ใช้ระบบบัตรโทรศัพท์ ขณะที่ผู้ที่ใช้บริการทั้งระบบต่อตรงและบัตรโทรศัพท์มีเพียง 9 คน หรือร้อยละ 9.8 ซึ่งตัวเลขของแต่ละภูมิภาคต่างมีแนวโน้มในลักษณะเดียวกัน

ตารางที่ 24 พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศแยกตามภูมิภาค

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	100.0 (2,107)	100.0 (199)	100.0 (541)	100.0 (698)	100.0 (407)	100.0 (262)
1. พฤติกรรมการใช้บริการ						
ไม่ใช้	95.6	87.9	99.3	95.4	94.6	96.2
ใช้	4.4	12.1	0.7	4.6	5.4	3.8

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ระบบต่อตรง	(92)	(24)	(4)	(32)	(22)	(10)
ไม่ใช้	16.3	12.5	25.0	15.6	18.2	20.0
ใช้	83.7	87.5	75.0	84.4	81.8	80.0
จำนวนผู้ให้บริการ (คน)	77	21	3	27	18	8
จำนวนนาที่ที่ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน	82.73	76.43	222.33	34.22	146.33	67.50
ค่าบริการเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	322.79	525.43	335.33	226.11	261.67	250.00
ต่อตรงผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน	(24)	(7)	(2)	(7)	(6)	(2)
จำนวนนาที่ที่ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน	72.96	114.00	46.00	38.00	44.17	165.00
ค่าบริการเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	418.79	760.00	178.00	290.71	273.33	350.00
ต่อตรงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	(60)	(15)	(2)	(22)	(15)	(6)
จำนวนนาที่ที่ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน	76.98	53.80	287.50	29.91	157.93	35.00
ค่าบริการเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	246.73	380.93	325.00	185.00	204.67	216.67
ต่อตรงทั้งผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน และเคลื่อนที่	(7)	(1)	(1)	(2)	(3)	(0)
จำนวนนาที่ที่ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน	430.14	5.00	601.00	65.00	758.33	0.00
ค่าบริการเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	345.71	150.00	470.00	475.00	283.33	0.00
ระบบใช้บัตรโทรศัพท์	(92)	(24)	(4)	(32)	(22)	(10)
ไม่ใช้	74.7	75.0	60.0	79.4	77.3	60.0
ใช้	25.3	25.0	40.0	20.6	22.7	40.0
จำนวนผู้ให้บริการ (คน)	24	6	2	7	5	4
จำนวนนาที่ที่ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน	242.17	65.83	910.50	33.71	419.60	315.50
ค่าบริการเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	340.42	388.33	210.00	515.71	142.00	275.00
ใช้ทั้งระบบต่อตรงและบัตร	(9)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)
จำนวนนาที่ที่ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน	570.44	238.33	601.00	64.00	2,180.00	755.00
ค่าบริการเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	750.00	1,366.67	470.00	315.00	450.00	550.00

ในส่วนของการใช้งานและค่าใช้จ่ายต่อเดือน ถ้าพิจารณาค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการทั่วประเทศ ตามตารางที่ 25 ที่สรุปพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศจะเห็นว่า การใช้บริการผ่านระบบต่อตรงมีจำนวนนาที่ใช้งานต่อเดือนเฉลี่ย 82.73 นาที่ และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเป็นจำนวน 322.79 บาท คิดเป็นค่าบริการเฉลี่ย 3.90 บาทต่อนาที่ ด้านการใช้งานผ่านบัตรโทรศัพท์มีจำนวนเฉลี่ย 242.17 นาที่ และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนเฉลี่ยที่ 340.42 บาท คิดเป็นค่าบริการต่อนาที่ได้ประมาณ 1.41 บาท ซึ่งมีราคาถูกกว่าค่าบริการต่อนาที่ของระบบต่อตรงถึง 2.49 บาทต่อนาที่ ส่วนเฉพาะกลุ่มที่ใช้ทั้งการต่อตรงและบัตรโทรศัพท์จะเป็นกลุ่มที่ใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศมากที่สุด คือใช้เฉลี่ยถึง 570.44 นาที่ ต่อเดือน และเสียค่าใช้จ่ายบริการเฉลี่ยต่อเดือน 750 บาท คิดเป็น 1.31 บาทต่อนาที่

ตารางที่ 25 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ

ระบบ การให้บริการ	ร้อยละผู้ใช้งาน (จำนวน)	จำนวนการใช้งาน ต่อเดือน (นาที่)	ค่าใช้บริการ ต่อเดือน (บาท)	ค่าบริการ ต่อนาที่ (บาท)
ระบบต่อตรง	82.7 (77 คน)	82.73	322.79	3.90
ระบบบัตรโทรศัพท์	25.3 (24 คน)	242.17	340.42	1.41
ใช้ทั้งระบบต่อตรง และบัตรโทรศัพท์	9.5 (9 คน)	570.44	750.00	1.31

หากจำแนกการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศด้วยระบบต่อตรงผ่านช่องต่างๆ ผลสำรวจพบว่า ผู้ใช้บริการเลือกโทรออกผ่านโทรศัพท์พื้นฐานจำนวน 24 คน และเลือกใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 60 คน โดยนำตัวเลขจากตารางที่ 24 มาแสดงสรุปไว้ในตารางที่ 26

เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายต่อเดือนพบว่า การใช้บริการระบบต่อตรงผ่านโทรศัพท์พื้นฐานมีการใช้เฉลี่ยต่อเดือน 72.96 นาที่ต่อเดือน และเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 418.79 บาท คิดเป็นค่าบริการเฉลี่ยต่อนาที่ 5.74 บาท ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของการโทรทางไกลระหว่างประเทศผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีค่าบริการต่อนาที่เฉลี่ยเพียง 3.21 บาท จากการใช้ต่อเดือนที่ใกล้เคียงกับที่โทรผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน คือ 76.98 นาที่ แต่เสียค่าใช้จ่ายเพียง 246.73 บาทโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ในกลุ่มคนที่ใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศผ่านทั้งโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่มีจำนวนเพียง 7 คน และเป็นกลุ่มที่ใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศมากที่สุด คล้ายกับกรณีของโทรศัพท์ทางไกลในประเทศ ด้านมีการใช้งาน 430.14 นาทีต่อเดือน และเสียค่าบริการเฉลี่ย 345.71 บาทต่อเดือน คิดเป็นค่าใช้บริการ 0.80 บาทต่อนาที แต่เนื่องจากจำนวนตัวอย่างในกรณีนี้มีจำนวนน้อยมาก ค่าเฉลี่ยต่าง ๆ นี้ อาจจะไม่ประมาณค่าแท้จริงได้อย่างใกล้เคียงมากนัก

ตารางที่ 26 การใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศระบบต่อตรงผ่านโทรศัพท์พื้นฐานและเคลื่อนที่

ช่องทางการใช้บริการ	ร้อยละผู้ใช้งาน (จำนวน)	จำนวนการใ้ งานต่อเดือน (นาที)	ค่าใช้บริการ ต่อเดือน (บาท)	ค่าบริการต่อ นาที (บาท)
โทรศัพท์พื้นฐาน	31.2 (24 คน)	72.96	418.79	5.74
โทรศัพท์เคลื่อนที่	77.9 (60 คน)	76.98	246.73	3.21
โทรศัพท์พื้นฐานและเคลื่อนที่	0.09 (7 คน)	430.14	345.71	0.80

2. สภาพตลาดของบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ

ข้อมูลจากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า ตลาดบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศด้วยระบบ ต่อตรงผ่านโทรศัพท์พื้นฐานมีผู้ให้บริการเพียง 2 ราย และต่างได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดย CAT มีส่วนแบ่งรวม 2 เลขหมายคือ 001 และ 009 ประมาณร้อยละ 45.8 ส่วน TOT มีส่วนแบ่งรวมจากเลขหมาย 003 007 และ 008 ที่ร้อยละ 54.2 (ดูรูปภาพที่ 4 ประกอบ)

เมื่อจำแนกตามการให้บริการในแต่ละเลขหมายพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ต่อทางไกลระหว่างประเทศโดยตรงผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน เลือกใช้เลขหมาย 008 ของ TOT มากที่สุด คือ ร้อยละ 37.5 ขณะเดียวกันก็ใช้บริการผ่านเลขหมาย 007 น้อยที่สุด หรือเพียงร้อยละ 4.2 ทั้งนี้ เนื่องจากอัตราค่าบริการของระบบการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในแต่ละเลขหมายมีความแตกต่างกัน โดยเลขหมาย 007 ใช้ระบบต่อตรงอัตโนมัติ (International Direct Dialing: IDD) ซึ่งคิดอัตราค่าบริการสูงกว่าเลขหมาย 008 (TOT) และ 009 (CAT) ที่ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารทางเสียงผ่าน

ระบบอินเทอร์เน็ต (Voice over IP : VoIP) นอกจากนี้ หากพิจารณาถึงการให้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศของ CAT ทั้ง 2 เลขหมาย ก็จะมีลักษณะเดียวกัน คือ กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการผ่านเลขหมาย 009 ที่เป็นระบบ VoIP มากกว่า 001 ที่เป็นระบบ IDD

ด้านการให้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการด้วยการกดเครื่องหมายบวก (+) มากที่สุด คือ ร้อยละ 25 รองลงมาคือ ใช้เลขหมาย 004 (DTAC) 009 (CAT) และ 006 (True) คิดเป็นร้อยละ 18.3 16.7 และ 15.0 ตามลำดับ ดังนั้น ส่วนแบ่งตลาดที่เป็นของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดจึงมีมากถึงร้อยละ 63.3 ส่วนเลขหมายของ CAT และ TOT ที่มีผู้เลือกใช้บริการต่ำกว่าในกรณีที่ใช้โทรทางไกลระหว่างประเทศผ่านโทรศัพท์พื้นฐานอย่างเห็นได้ชัด คือที่ใช้ CAT รวมเพียงร้อยละ 26.5 จากที่ผ่านโทรศัพท์พื้นฐานร้อยละ 45.8 และใช้ TOT ร้อยละ 10 เทียบกับร้อยละ 54.2 ที่โทรผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน

ตารางที่ 27 ตลาดของบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศระบบต่อตรง

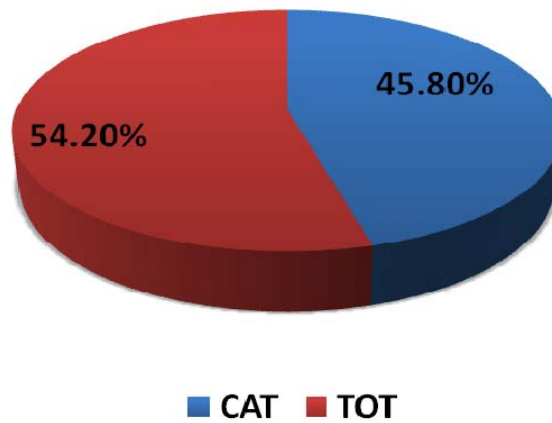
ช่องทางการโทร	ส่วนแบ่งตลาดของผู้ให้บริการแต่ละราย (%)										
	CAT		รวม	TOT			รวม	AIS	DTAC	True	กดเครื่องหมายบวก (+)
	001	009		003	007	008		005	004	006	
โทรศัพท์พื้นฐาน	20.8	25.0	45.8	12.5	4.2	37.5	54.2			0.0	
โทรศัพท์เคลื่อนที่	10.0	16.7	26.7	0.0	1.7	8.3	10.0	5.0	18.3	15.0	25.0

เหตุที่ส่วนแบ่งตลาดของ CAT และ TOT บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศที่โทรผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ลดลงไปอย่างมาก เมื่อเทียบกับกรณีที่ใช้โทรผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน อาจสรุปได้ว่ามาจากสองปัจจัยดังนี้คือ

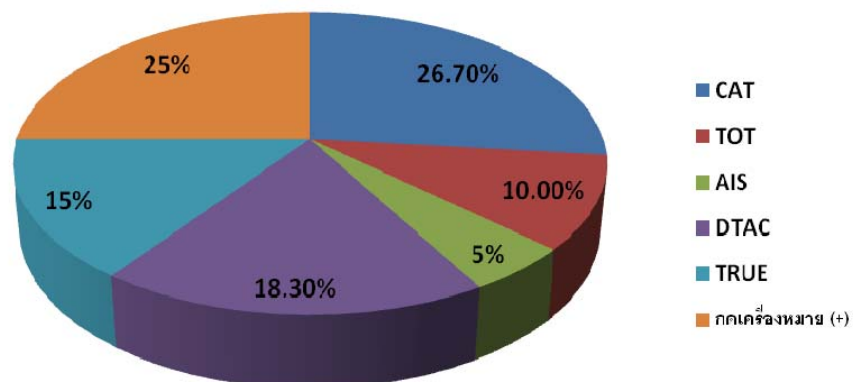
1) ผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ต่างมีบริษัทในเครือที่จะให้บริการต่อโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ ที่ให้อัตราค่าโทรแก่ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของตนถูกกว่าที่ใช้ CAT หรือ TOT จึงเป็นการดึงดูดใจให้ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หันมาใช้ Gateway ของบริษัทในเครือของผู้ให้บริการของตน

2) ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่บางส่วนใช้เครื่องหมาย (+) เมื่อโทรทางไกลระหว่างประเทศ โดยที่อาจจะไม่ทราบว่ากรกดเครื่องหมาย (+) นี้ ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะบังคับให้การโทรออกต่างประเทศนี้ ใช้ Gateway ของตนเอง ซึ่งการใช้เครื่องหมาย (+) นี้ มีมากเป็นจำนวนถึงร้อยละ 25 ของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่โทรออกต่างประเทศ

รูปภาพที่ 4 ตลาดบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน



รูปภาพที่ 5 ตลาดบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่



3. ความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ

จากตารางที่ 28 จะเห็นได้ว่า โดยรวมผู้ใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศค่อนข้างมีความพึงพอใจไม่มากนัก คืออยู่ระหว่างเฉย ๆ กับพอใจ เนื่องจากค่าเฉลี่ยของคะแนนในแต่ละด้านอยู่ระหว่าง 2 ถึง 3 คะแนน จากคะแนนรวม 4 คะแนน โดยผู้ใช้บริการพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการและเครือข่ายสัญญาณมากที่สุด (2.77) รองลงมาคือ ด้านชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ (2.66) และความครอบคลุมเชิงพื้นที่ (2.66) ขณะที่การได้รับส่วนลดจากการซื้อบริการเสริมอื่นๆ จากผู้ให้บริการรายเดียวกันเป็นประเด็นที่ผู้ใช้บริการรู้สึกพึงพอใจน้อยที่สุด (2.27) เมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อบริการโทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศและระหว่างประเทศในประเด็นที่คล้ายคลึงกัน โดยต่างรู้สึกพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการและเครือข่ายสัญญาณมากที่สุด ขณะเดียวกัน ก็มีความพึงพอใจต่อการได้รับส่วนลดจากการซื้อบริการเสริมอื่นๆ จากผู้ให้บริการรายเดียวกันน้อยที่สุด

ตารางที่ 28 ผลการประเมินความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ*

ประเด็นการประเมิน	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
จำนวนผู้ใช้บริการ (คน)	(92)	(24)	(5)	(34)	(22)	(10)
คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ	2.77	2.92	3.20	2.56	2.68	3.10
ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ	2.66	2.54	3.20	2.50	2.68	3.20
ความครอบคลุมเชิงพื้นที่	2.66	2.63	2.40	2.56	2.82	2.90
ความเร็วในการเชื่อมต่อ	2.54	2.42	3.00	2.41	2.55	3.00
ความหลากหลายในบริการต่างๆ	2.53	2.33	3.00	2.53	2.59	2.60
คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ	2.51	2.38	3.00	2.44	2.50	2.80
ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	2.51	2.63	3.20	2.32	2.45	2.60
ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ	2.44	2.63	2.60	2.06	2.77	2.50
การบริการลูกค้า/ การสนับสนุนทางด้านเทคนิค	2.42	2.38	2.80	2.35	2.36	2.70
ความหลากหลายและความน่าสนใจของรายการส่งเสริมการขายที่มี	2.38	2.33	2.60	2.41	2.27	2.50
การได้รับส่วนลดจากการซื้อบริการเสริมอื่นๆ จากผู้ให้บริการ เดียวกัน	2.27	2.13	2.80	2.24	2.27	2.5

* นำเสนอเป็นคะแนนค่าเฉลี่ย โดย 4 = พึงพอใจอย่างมาก 3 = พอใจ 2 = เฉยๆ และ 1 = ไม่พึงพอใจ และเรียงลำดับจากผลคะแนนมากไปน้อย

บทที่ 8

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

1. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

จากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วประเทศจำนวน 1,418 คน ดังตารางที่ 29 พบว่า ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตจากที่พักอาศัยมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 55.3 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทั้งหมด และอันดับรองลงมา คือ การใช้งานที่สำนักงานหรือสถานศึกษา ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 29.4 ในขณะที่สถานที่อื่นๆ เช่น ร้าน Internet Café มีการใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 7.8 สำหรับสถานที่ที่มีการใช้งานมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ คือ ที่พักอาศัยโดยคิดเป็นร้อยละ 50.6 และอันดับรองลงมา คือ การใช้งานที่สำนักงานหรือสถานศึกษา ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 37.2 เป็นที่น่าสังเกตว่าเขตกรุงเทพฯ มีการใช้อินเทอร์เน็ตจากสถานที่อื่นๆ ในสัดส่วนที่น้อยโดยอยู่ที่ร้อยละ 3.0 เนื่องจากส่วนใหญ่จะมีการใช้บริการในที่พักอาศัยกับที่ทำงานหรือสถานศึกษา

สำหรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสามารถจำแนกได้ 2 รูปแบบ คือ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านทางโทรศัพท์พื้นฐาน และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านทางโทรศัพท์พื้นฐานที่มีการใช้งานมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ คือ การเชื่อมต่อในรูปแบบของ ADSL โดยคิดเป็นร้อยละ 62.6 จากจำนวนกลุ่มผู้ใช้ทั้งหมด โดยการเชื่อมต่อในรูปแบบ ADSL ส่วนใหญ่จะเป็นการเชื่อมต่อผ่านที่พักอาศัย และอันดับรองลงมา คือ การเชื่อมต่อในรูปแบบของ Free WiFi/LAN โดยคิดเป็นร้อยละ 31.1 จากจำนวนกลุ่มผู้ใช้ทั้งหมด โดยการเชื่อมต่อในรูปแบบ Free WiFi/LAN ส่วนใหญ่จะเป็นการเชื่อมต่อผ่านที่สำนักงาน/

สถานศึกษา ในส่วนการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่าน Dial-up และ Hotspot คิดเป็นร้อยละ 2.5 และ ร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ในด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นมีการเชื่อมต่อในรูปแบบของ EDGE/GPRS มากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 16.7 ส่วนรูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่าน 3G มี ผู้ใช้บริการเพียงร้อยละ 1.1 เท่านั้น โดยที่การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยการเชื่อมต่อ แบบ 3G ในเขตกรุงเทพฯ จะมีสัดส่วนผู้ใช้มากกว่าเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ

ทั้งนี้ ความเร็วที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (เฉพาะกรณีการเชื่อมต่อในรูปแบบ ADSL) ที่มีการใช้งานมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ คือ ความเร็วที่ 4 Mbps โดยคิดเป็นร้อยละ 63.1 และอันดับรองลงมา คือ ความเร็วที่ 2 Mbps โดยคิดเป็นร้อยละ 16.8 ส่วนความเร็วที่ใช้ในการ เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (เฉพาะกรณีการเชื่อมต่อในรูปแบบ ADSL) ที่มีการใช้งานมากที่สุดของกลุ่ม ตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ คือ ความเร็วที่ 4 Mbps โดยคิดเป็นร้อยละ 46.4 และอันดับรองลงมา คือ ความเร็วที่ 2 Mbps โดยคิดเป็นร้อยละ 18.6

ตารางที่ 29 พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉิงเหิน	เหนือ	ใต้
ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
(จำนวนตัวอย่าง)	(2,107)	(199)	(541)	(698)	(407)	(262)
สถานที่ที่ใช้งาน	(1,418)	(164)	(347)	(447)	(305)	(155)
ที่พักอาศัย	55.3	50.6	51.3	69.8	47.9	41.9
สำนักงาน/ สถานศึกษา	29.4	37.2	30.3	18.1	35.7	39.4
ใช้งานผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	7.5	9.1	3.7	8.5	8.2	9.7
อื่นๆ	7.8	3.0	14.7	3.6	8.2	9.0

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
รูปแบบการเชื่อมต่อที่ใช้ (ใช้ได้มากกว่าหนึ่งรูปแบบ)	(1,418)	(164)	(347)	(447)	(305)	(155)
ADSL	62.6	59.1	65.4	70.0	54.8	54.2
Dial-up	2.5	2.4	0.9	2.0	4.9	2.6
Hotspot	1.1	3.7	0.3	0.9	0.7	1.3
Free WiFi / LAN	31.1	35.4	35.7	21.5	36.4	33.5
EDGE / GPRS	16.7	31.1	6.6	19.9	16.1	16.1
3G	1.1	4.9	0.3	0.7	0.7	1.3
ความเร็วที่ใช้ (กรณีใช้ ADSL)	(888)	(97)	(227)	(313)	(167)	(84)
256 Kbs	1.1	3.1	0.9	1.3	0.6	0.0
512 Kbs	2.1	4.1	0.4	1.9	1.2	7.1
1 Mbs	9.0	15.5	7.5	9.3	9.0	4.8
2 Mbs	16.8	18.6	12.8	16.9	12.6	33.3
3 Mbs	0.3	1.0	0.0	0.6	0.0	0.0
4 Mbs	63.1	46.4	76.7	60.7	67.1	46.4
8 Mbs	4.5	6.2	1.8	4.8	6.0	6.0
10 Mbs ขึ้นไป	3.0	5.2	0.0	4.5	3.6	2.4

เมื่อพิจารณาจำนวนนาที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต (รวมทุกรูปแบบการเชื่อมต่อ) พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วประเทศมีจำนวนนาที่การใช้งานเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 91.48 ชั่วโมงต่อคนต่อเดือน โดยที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ จะมีการใช้ที่สูงมากโดยมีการใช้โดยเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 161.63 ชั่วโมงต่อคนต่อเดือน (ตารางที่ 30)

สำหรับค่าบริการต่อเดือนในการใช้งานอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ (ตารางที่ 30) พบว่า มีค่าบริการโดยเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 391.37 บาทต่อคนต่อเดือน และแม้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ จะมีการใช้อินเทอร์เน็ตต่อคนต่อเดือนสูงมากกว่าผู้ใช้ในภาคอื่นๆ แต่ก็เสียค่าบริการรายเดือนสูงกว่าค่าบริการเฉลี่ยทั่วประเทศเล็กน้อย กล่าวคือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ เสียค่าบริการรายเดือนโดยเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 445.87 บาทต่อคนต่อเดือน

ทั้งนี้ ช่วงเวลาที่ใช้งานมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศคือช่วง 16.01 – 22.00 น. โดยคิดเป็นร้อยละ 54.4 ซึ่งหมายความว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านที่พักอาศัย รองลงมาคือ ช่วงเวลา 08.01 – 16.00 น. โดยคิดเป็นร้อยละ 36.6 ซึ่งน่าจะเป็นการให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านสถานศึกษา/สถานที่ทำงาน และช่วงเวลา 22.01 – 08.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มีการใช้บริการน้อยที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 9.7 ซึ่งน่าจะเป็นการให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านที่พักอาศัย (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 ปริมาณการใช้ ค่าใช้จ่าย และช่วงเวลาในการใช้งาน

การให้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
จำนวนที่ใช้งานต่อเดือน (ชั่วโมง)	92.46	161.63	90.96	92.73	78.01	50.26
ค่าบริการต่อเดือน (บาท)	391.37	445.87	370.41	472.33	297.05	332.75
ช่วงเวลาที่ใช้งาน						
08.01 – 16.00 น.	36.0	48.8	32.9	25.7	43.9	43.2
16.01 – 22.00 น.	54.4	42.7	57.1	61.7	48.5	51.0
22.01 – 08.00 น.	9.7	8.5	10.1	12.5	7.5	5.8

2. ความถี่ในการใช้บริการต่างๆ

จากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วประเทศจำนวน 1,418 คน พบว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะใช้บริการในการค้นหาข้อมูลโดยคิดเป็นร้อยละ 98 ของจำนวนผู้ใช้บริการทั้งหมดโดยจะใช้บริการในการค้นหาข้อมูลทุกวันหรือเกือบทุกวัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 75.1 รองลงมา คือ การใช้บริการอีเมลโดยคิดเป็นร้อยละ 91.6 ของจำนวนผู้ใช้บริการทั้งหมด และจะใช้บริการอีเมลทุกวันหรือเกือบทุกวัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 61.9 ถัดมาคือการใช้บริการฟัง และ/หรือ ดาวน์โหลดเพลง ชม และ/หรือดาวน์โหลดวิดีโอ (ฟรี) เช่น YouTube โดยคิดเป็นร้อยละ 83.8 และจะใช้บริการทุกวันหรือเกือบทุกวัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 40.2 ในส่วนการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook / Hi5 อยู่ที่ร้อยละ 79.5 และจะใช้บริการทุกวันหรือเกือบทุกวัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 57.0 ถัดมา คือ การใช้บริการดาวน์โหลดเกมส์/ เล่นเกมส์โดยคิดเป็นร้อยละ 70.6 และจะใช้บริการทุกวันหรือเกือบทุกวัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 31.9 ในขณะที่การใช้บริการดาวน์โหลด

โปรแกรมต่างๆ นั้นมีการใช้บริการอยู่ที่ร้อยละ 59.7 และจะใช้บริการอยู่ที่เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 27.2 ส่วนการซื้อสินค้าออนไลน์เป็นรูปแบบการให้บริการที่มีผู้ให้บริการน้อยที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 20.3 และโดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการให้บริการเดือนละครั้งหรือน้อยกว่า ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.1 (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 ความถี่ในการใช้บริการต่างๆ

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
(จำนวน)	(1,418)	(164)	(347)	(447)	(305)	(155)
1) อีเมล (Email)						
ไม่เคยใช้เลย	8.4	6.7	5.8	8.9	6.9	17.4
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	8.8	4.9	9.5	11.6	4.9	11.0
สัปดาห์ละครั้ง	20.9	14.0	27.4	22.4	17.7	15.5
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	61.9	74.4	57.3	57.0	70.5	56.1
2) ค้นหาข้อมูล เช่น Google, Yahoo, MSN Search						
ไม่เคยใช้เลย	2.0	1.2	2.9	2.2	1.3	1.3
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	4.7	1.8	5.2	4.7	4.6	6.5
สัปดาห์ละครั้ง	18.3	14.0	20.5	19.0	20.3	11.6
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	75.1	82.9	71.5	74.0	73.8	80.6
3) เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Hi5 เป็นต้น						
ไม่เคยใช้เลย	20.5	19.5	6.9	23.0	19.7	45.8
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	6.7	6.7	3.5	7.6	8.5	7.7
สัปดาห์ละครั้ง	15.9	10.4	13.8	17.7	20.3	12.3
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	57.0	63.4	75.8	51.7	51.5	34.2

การใช้บริการ	ทั่ว ประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
4) ฟัง และ/หรือ ดาวน์โหลด เพลง ชม และ/หรือ ดาวน์ โหลดวิดีโอ (ฟรี) เช่น YouTube						
ไม่เคยใช้เลย	16.2	9.1	20.2	17.4	7.5	28.4
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	17.0	16.5	16.4	14.8	22.3	14.8
สัปดาห์ละครั้ง	26.6	26.8	30.5	23.3	29.5	21.3
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	40.2	47.6	32.9	44.5	40.7	35.5
5) ดาวน์โหลด/ เล่นเกมส์						
ไม่เคยใช้เลย	29.4	22.0	28.2	30.0	24.6	47.7
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	17.8	22.6	21.9	12.3	19.0	16.8
สัปดาห์ละครั้ง	20.9	20.7	20.5	21.0	25.6	12.3
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	31.9	34.8	29.4	36.7	30.8	23.2
6) ดาวน์โหลดโปรแกรมต่างๆ						
ไม่เคยใช้เลย	40.3	24.4	51.9	37.8	32.8	52.9
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	27.2	34.1	22.8	22.8	33.8	29.0
สัปดาห์ละครั้ง	18.1	25.0	10.4	21.5	21.6	11.0
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	14.5	16.5	15.0	17.9	11.8	7.1
7) ซื้อสินค้าออนไลน์						
ไม่เคยใช้เลย	79.7	69.5	91.1	80.8	68.5	83.9
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	15.1	23.2	6.3	13.2	25.6	11.0
สัปดาห์ละครั้ง	3.8	6.1	2.0	4.0	4.9	2.6
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	1.4	1.2	0.6	2.0	1.0	2.6

3. ความพึงพอใจในการใช้

จากการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างจากทั่วประเทศทั้งหมด 1,418 คน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตปานกลาง ซึ่งคิดเป็นคะแนนรวมเฉลี่ยรวมทั้งหมดเท่ากับ 2.69 คะแนน¹ โดยผู้ให้บริการให้ความพึงพอใจต่อชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ เท่ากับความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการ เครือข่ายของสัญญาณมากที่สุด โดยคิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 คะแนนรองลงมาก็คือความพึงพอใจต่อความสามารถในการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานได้อย่างครอบคลุมในด้านพื้นที่ (2.84 คะแนน) และอันดับที่สามก็คือ ความพึงพอใจที่มีต่อความเร็วในการเชื่อมต่อ โดยคิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 คะแนน ซึ่งค่อนข้างจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลสำรวจจากพื้นที่ในภาคต่างๆ ของประเทศ ดังข้อมูลในตารางที่ 32 ซึ่งเป็นการวัดระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ

ตารางที่ 32 ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ประเด็น	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ	2.95	2.74	2.93	3.03	2.91	3.05
คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ	2.95	2.82	2.95	2.94	2.99	3.03
ความครอบคลุมเชิงพื้นที่	2.84	2.79	2.69	2.86	2.97	2.92
ความเร็วในการเชื่อมต่อ	2.78	2.74	2.69	2.80	2.80	2.89
ความหลากหลายในบริการต่างๆ	2.72	2.54	2.64	2.75	2.87	2.75
คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ	2.70	2.47	2.64	2.72	2.79	2.80
ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ	2.64	2.53	2.51	2.70	2.73	2.68
การบริการลูกค้า/ การสนับสนุนทางด้านเทคนิค	2.63	2.48	2.59	2.68	2.64	2.68
ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	2.61	2.52	2.59	2.67	2.57	2.68
ความหลากหลาย และความน่าเชื่อถือของ รายการส่งเสริมการขายที่มี	2.51	2.38	2.42	2.57	2.55	2.61
การได้รับส่วนลดจากซื้อบริการเสริมอื่นๆ จากผู้ ให้บริการเดียวกัน	2.33	2.23	2.32	2.26	2.44	2.48
จำนวนผู้ตอบ (คน)	1,418	164	347	447	305	155

* หมายเหตุ คะแนน 4 = พึงพอใจอย่างมาก 3 = พึงพอใจ 2 = เฉยๆ และ 1 = ไม่พึงพอใจ

¹ คัดจากจำนวนผู้ตอบคำตอบแต่ละข้อ X คะแนนความพึงพอใจ / จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

บทที่ 9

พฤติกรรมการใช้บริการวิทยุโทรทัศน์

1. พฤติกรรมการใช้บริการดูทีวีผ่านช่องฟรีทีวี

สำหรับประเด็นการใช้บริการวิทยุโทรทัศน์นั้น จะพิจารณาเรื่องความถี่ในการใช้บริการเป็นสำคัญ จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจากทั่วประเทศทั้งหมด 2,107 คน พบว่ามีผู้ใช้บริการดูทีวีผ่านช่องฟรีทีวีทุกวันหรือเกือบทุกวันมากที่สุด (ร้อยละ 85) แต่ยังมีผู้ที่ไม่เคยดูทีวีผ่านช่องฟรีทีวีเลย (ร้อยละ 7.1) ส่วนที่เหลือคือผู้ที่ดูทีวีผ่านช่องฟรีทีวีสัปดาห์ละครั้ง หรือ เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า (ร้อยละ 6.1 และ 1.8) ตามลำดับ สำหรับการใช้บริการดูทีวีผ่านช่องฟรีทีวีมากที่สุดคือ ภาคกลาง (ร้อยละ 87.4) และใช้บริการดังกล่าวน้อยที่สุด คือ กรุงเทพฯ (ร้อยละ 79.9) สอดคล้องกับผลสำรวจของผู้ที่ไม่เคยดูทีวีผ่านช่องฟรีทีวีมากที่สุด คือ ผู้ใช้บริการในกรุงเทพฯ ประมาณร้อยละ 11.6 (ตารางที่ 33)

ตารางที่ 33 พฤติกรรมการดูทีวีผ่านช่องฟรีทีวี

พฤติกรรมการดูทีวีผ่านช่องฟรีทีวี	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
(จำนวนตัวอย่าง)	(2,107)	(199)	(541)	(698)	(407)	(262)
ไม่เคยใช้เลย	7.1	11.6	8.9	5.9	5.2	6.5
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	1.8	3.0	0.6	1.6	3.2	1.9
สัปดาห์ละครั้ง	6.1	5.5	3.1	8.2	7.6	5.0
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	85.0	79.9	87.4	84.4	84.0	86.6

2. พฤติกรรมการใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่น

ในด้านการใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่นดังตารางที่ 34 พบว่า ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่นเลยมีจำนวนมากที่สุด 1,277 คน (ร้อยละ 60.6) รองลงมาคือจำนวนผู้ใช้บริการทุกวันหรือเกือบทุกวัน 657 คน (ร้อยละ 31.2) ที่เหลือคือจำนวนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่นสัปดาห์ละครั้ง และผู้ใช้เดือนละครั้งหรือน้อยกว่าของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 105 คน (ร้อยละ 5) และ 69 คน (ร้อยละ 3.3) ตามลำดับ

ภาคที่มีการใช้บริการทุกวันหรือเกือบทุกวันมากที่สุดและน้อยที่สุด คือ ภาคเหนือ (ร้อยละ 40.3) และภาคใต้ (ร้อยละ 14.1) ตามลำดับ ส่วนภาคที่ไม่เคยใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่นเลยมากที่สุด คือ ภาคใต้ (ร้อยละ 79.8) รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 63.9) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 62.3) ภาคกลาง (ร้อยละ 55.3) และน้อยที่สุดคือ ภาคเหนือ (ร้อยละ 40.3)

ตารางที่ 34 พฤติกรรมการใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่น

พฤติกรรมการใช้บริการ เคเบิลทีวีท้องถิ่น	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออกเฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
(จำนวนตัวอย่าง)	(2,107)	(199)	(541)	(698)	(407)	(262)
ไม่เคยใช้เลย	60.6	62.3	55.3	63.9	48.6	79.8
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	3.3	4.5	0.4	3.9	4.4	5.0
สัปดาห์ละครั้ง	5.0	5.5	4.3	5.9	6.6	1.1
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	31.2	27.6	40.1	26.4	40.3	14.1

3. พฤติกรรมการใช้บริการดูทีวีผ่านระบบดาวเทียม

สำหรับผลการสำรวจจำนวนผู้ให้บริการดูทีวีผ่านระบบดาวเทียม (ตารางที่ 35) พบว่ามีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการดูทีวีผ่านระบบดาวเทียมมากที่สุด 1,232 คน (ร้อยละ 58.5) รองลงมาเป็นผู้ที่ใช้บริการทุกวัน หรือเกือบทุกวัน 683 คน (ร้อยละ 32.4) ส่วนผู้ใช้ทีวีผ่านระบบดาวเทียมสัปดาห์ละครั้ง มีจำนวน 103 คนคิดเป็นร้อยละ 4.9 และผู้ใช้เดือนละครั้งหรือน้อยกว่าเป็นจำนวน 88 คน (ร้อยละ 4.2)

ทั้งนี้ ภาคที่มีผู้ให้บริการทุกวันหรือเกือบทุกวันมากที่สุดและน้อยที่สุด คือ ภาคกลาง (ร้อยละ 37.9) และภาคเหนือ (ร้อยละ 28) ตามลำดับ แต่ในทางกลับกันนั้นภาคใต้มีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการดูทีวีผ่านระบบดาวเทียมเลยสูงที่สุด (ร้อยละ 64.9) รองลงมาที่มีผู้การใช้บริการใกล้เคียงกัน คือ ภาคเหนือ (ร้อยละ 61.4) ลำดับที่สามคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 57.9) ส่วนภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 55.6 และกรุงเทพฯ มีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเลยน้อยที่สุด (ร้อยละ 31.2)

ตารางที่ 35 พฤติกรรมการดูทีวีผ่านระบบดาวเทียม

พฤติกรรมการดูทีวีผ่าน ระบบดาวเทียม	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออกเฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
(จำนวนตัวอย่าง)	(2,107)	(199)	(541)	(698)	(407)	(262)
ไม่เคยใช้เลย	58.5	53.8	55.6	57.9	61.4	64.9
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	4.2	7.5	1.8	4.3	5.4	4.6
สัปดาห์ละครั้ง	4.9	7.5	4.6	5.4	5.2	1.9
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	32.4	31.2	37.9	32.4	28.0	28.6

4. พฤติกรรมการใช้บริการฟังวิทยุ

ด้านการใช้บริการฟังวิทยุ จากผลสำรวจดังตารางที่ 36 พบว่า มีผู้ไม่เคยใช้บริการฟังวิทยุมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.4 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2,107 คน รองลงมาเป็นผู้ที่ใช้บริการทุกวันหรือเกือบทุกวัน ร้อยละ 28.4 สำหรับผู้ใช้บริการสัปดาห์ละครั้ง และผู้ใช้บริการเดือนละครั้งหรือน้อยกว่า คิดเป็น ร้อยละ 15.6 และ 12.5 ตามลำดับ โดยภาคที่มีการใช้บริการมากที่สุด คือ ภาคใต้ สูงถึงร้อยละ 43.1 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กรุงเทพฯ (ร้อยละ 35.2) ภาคเหนือ (ร้อยละ 35.1) ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 29.2) และภาคกลางมีการใช้บริการน้อยที่สุด (ร้อยละ 12.8) ซึ่งภาคที่มีผู้ที่ไม่เคยฟังวิทยุเลยมากที่สุด คือภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 64.9

ตารางที่ 36 พฤติกรรมการฟังวิทยุ

พฤติกรรมการฟังวิทยุ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออกเฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
(จำนวนตัวอย่าง)	(2,107)	(199)	(541)	(698)	(407)	(262)
ไม่เคยใช้เลย	43.4	31.7	64.9	40.8	33.4	30.5
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	12.5	16.1	11.1	12.9	12.8	11.5
สัปดาห์ละครั้ง	15.6	17.1	11.3	17.0	18.7	14.9
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	28.4	35.2	12.8	29.2	35.1	43.1

บทที่ 10

พฤติกรรมการใช้บริการหลอมรวม สื่อและเทคโนโลยี

ข้อมูลการใช้บริการหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยี

ผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีพฤติกรรมในการใช้บริการหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยีในระดับไม่สูงนัก กล่าวคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 86.3 ไม่เคยบริโภคสื่อโทรทัศน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ขณะเดียวกัน กว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างหรือร้อยละ 68.5 ไม่เคยฟังวิทยุผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เช่นกัน (ตารางที่ 37)

ด้านการบริโภคสื่อโทรทัศน์และวิทยุผ่านอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการดังกล่าว แต่ก็ยังมีสัดส่วนที่ต่ำกว่าที่ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยผู้ที่ไม่เคยบริโภคสื่อโทรทัศน์และวิทยุออนไลน์อยู่ที่ ร้อยละ 44.9 และ 47.0 ตามลำดับ ในขณะที่มีผู้ชมโทรทัศน์และฟังวิทยุออนไลน์ทุกวันร้อยละ 11.2 และ 14.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 38)

ตารางที่ 37 พฤติกรรมการใช้บริการหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยีผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	100.0 (1,960)	100.0 (193)	100.0 (514)	100.0 (652)	100.0 (375)	100.0 (226)
การใช้บริการสื่อผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่						
ดูโทรทัศน์						
ไม่เคยใช้เลย	86.3	87.0	94.2	85.1	82.9	77.0
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	3.6	3.6	1.6	4.1	6.1	2.2
สัปดาห์ละครั้ง	5.1	3.1	2.5	5.5	8.6	5.3
ทุกวันหรือเกือบทุกวัน	5.1	6.2	1.8	5.2	2.4	15.5
ฟังวิทยุ						
ไม่เคยใช้เลย	68.5	50.8	87.0	68.3	59.4	57.5
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	11.1	19.2	8.2	11.2	13.4	6.6
สัปดาห์ละครั้ง	9.1	11.9	3.7	10.4	14.2	6.6
ทุกวันหรือเกือบทุกวัน	11.3	18.1	1.2	10.1	13.1	29.2

ตารางที่ 38 พฤติกรรมการใช้บริการหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	100.0 (1,960)	100.0 (193)	100.0 (514)	100.0 (652)	100.0 (375)	100.0 (226)
การใช้บริการสื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต						
ดูโทรทัศน์ออนไลน์	(1,418)	(164)	(347)	(447)	(305)	(155)
ไม่เคยใช้เลย	44.9	33.5	58.8	44.1	32.5	52.3
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	25.1	28.7	21.3	26.2	28.5	20.0
สัปดาห์ละครั้ง	18.8	26.8	11.2	18.3	26.9	12.9
ทุกวันหรือเกือบทุกวัน	11.2	11.0	8.6	11.4	12.1	14.8
ฟังวิทยุออนไลน์						
ไม่เคยใช้เลย	47.0	42.1	59.4	52.8	28.2	44.5
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	20.5	23.8	14.4	23.5	23.9	14.8
สัปดาห์ละครั้ง	17.9	17.7	14.4	14.8	30.5	10.3
ทุกวันหรือเกือบทุกวัน	14.7	16.5	11.8	8.9	17.4	30.3

บทที่ 11

การทดแทนกันของบริการ โทรคมนาคมประเภทต่าง ๆ

1. การทดแทนกันของโทรศัพท์เคลื่อนที่กับโทรศัพท์พื้นฐาน

การเลือกใช้ระหว่างโทรศัพท์เคลื่อนที่กับโทรศัพท์พื้นฐานในที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศที่ใช้โทรศัพท์พื้นฐาน ดังตารางที่ 39 พบว่า ขณะที่อยู่ในที่พักอาศัย กลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 81.6 เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ส่วนผู้ที่เลือกใช้โทรศัพท์พื้นฐานในที่พักอาศัยมีเพียงร้อยละ 18.4 สำหรับภาคที่มีผู้เลือกใช้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในที่พักอาศัยมากที่สุด คือ ภาคกลาง (ร้อยละ 84.2) และน้อยที่สุดคือ กรุงเทพฯ (ร้อยละ 79.6)

อย่างไรก็ตาม อาจกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการในกรุงเทพฯ จะเลือกใช้โทรศัพท์พื้นฐานในเขตที่พักอาศัยมากกว่าเขตอื่นๆ (ร้อยละ 20.4) ซึ่งอาจเป็นเพราะอัตราการเข้าถึงโทรศัพท์พื้นฐานในเขตนครหลวงมีมากกว่าในเขตท้องที่อื่นๆ ผู้ใช้บริการจึงมีโอกาสเลือกใช้ได้สูงกว่า

ตารางที่ 39 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่กับโทรศัพท์พื้นฐานในที่พักอาศัย

ประเภทโทรคมนาคม ที่เลือกใช้งานในที่พักอาศัย	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
(จำนวนตัวอย่าง)	(1,395)	(167)	(406)	(421)	(260)	(141)
โทรศัพท์พื้นฐาน	18.4	20.4	15.8	19.0	19.6	19.9
โทรศัพท์เคลื่อนที่	81.6	79.6	84.2	81.0	80.4	80.1

ทั้งนี้ เมื่อสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่ ถึงความต้องการยกเลิกโทรศัพท์พื้นฐานและใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงอย่างเดียว ดังตารางที่ 40 พบว่ากว่าร้อยละ 88.6 ไม่ต้องการยกเลิกโทรศัพท์พื้นฐาน ซึ่งส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่ายังมีความจำเป็นต้องใช้บริการอยู่ รวมทั้งต้องการใช้บริการเสริมอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต/ โทรทัศน์ จึงเห็นว่าโทรศัพท์พื้นฐานยังคงมีความสำคัญอยู่และไม่ต้องการยกเลิก

อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ต้องการยกเลิกโทรศัพท์พื้นฐานและหันมาใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงอย่างเดียวมีประมาณร้อยละ 11.4 เท่านั้น ซึ่งให้เหตุผลว่าส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า และต้องการยกเลิกโทรศัพท์พื้นฐานเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 40 ความต้องการยกเลิกการใช้โทรศัพท์พื้นฐานแล้วใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงอย่างเดียว

	ทั่ว ประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ความต้องการยกเลิก การใช้โทรศัพท์พื้นฐาน	(1,286)	(162)	(378)	(387)	(232)	(127)
ไม่ต้องการ	88.6	92.6	92.6	86.0	88.8	79.5
ต้องการ	11.4	7.4	7.4	14.0	11.2	20.5
เหตุผลที่ไม่ต้องการยกเลิก (เลือกได้มากกว่าหนึ่งเหตุผล)	(1,140)	(150)	(350)	(333)	(206)	(101)
1) มีความจำเป็นต้องใช้บริการโทรศัพท์ พื้นฐานอยู่	80.2	75.3	82.0	81.7	78.2	80.2
2) บริเวณบ้านไม่มีสัญญาณ โทรศัพท์เคลื่อนที่	8.8	2.0	20.9	4.2	4.4	1.0
3) ปกติใช้โทรศัพท์พื้นฐานมากกว่า	5.7	6.7	6.3	6.0	4.4	4.0
4) ต้องใช้บริการเสริมอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต/ โทรศัพท์	54.5	61.3	61.1	48.9	49.0	50.5
5) อื่นๆ	1.8	2.0	0.9	3.3	1.9	0.0
เหตุผลที่ต้องการยกเลิก (เลือกได้มากกว่าหนึ่งเหตุผล)	(146)	(12)	(28)	(54)	(26)	(26)
1) ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย	69.2	41.7	89.3	64.8	57.7	80.8
2) การบริการโทรศัพท์พื้นฐานไม่ดี	17.8	25.0	14.3	11.1	11.5	38.5
3) ปกติใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า	70.5	75.0	82.1	57.4	73.1	80.8
4) อื่นๆ	1.4	0.0	0.0	1.9	0.0	3.8

2. การทดแทนกันของโทรศัพท์เคลื่อนที่กับโทรศัพท์สาธารณะ

สำหรับการทดแทนกันของโทรศัพท์เคลื่อนที่กับโทรศัพท์สาธารณะ (ตารางที่ 40) ในที่นี้พิจารณาจากปริมาณการใช้โทรศัพท์สาธารณะภายหลังจากที่ผู้ใช้บริการมีโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 48.2) มีพฤติกรรมการใช้

โทรศัพท์สาธารณะน้อยลงมากเมื่อมีโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว ส่วนร้อยละ 46.9 ไม่ได้ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะเลย มีเพียงร้อยละ 5.0 เท่านั้นที่ยังใช้บริการเท่าเดิมหลังจากมีโทรศัพท์เคลื่อนที่

เมื่อจำแนกตามภูมิภาค พบว่า ภายหลังที่กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว กลุ่มตัวอย่างในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการใช้โทรศัพท์สาธารณะน้อยลงสูงที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ (ร้อยละ 52.8) ส่วนกลุ่มตัวอย่างในภาคกลางมีผู้ที่ไม่ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะเลย สูงกว่าภาคอื่นๆ (ร้อยละ 52.6)

ตารางที่ 40 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์สาธารณะหลังจากที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่

	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
(จำนวนตัวอย่าง)	(1,636)	(168)	(352)	(583)	(342)	(191)
ปริมาณการใช้โทรศัพท์สาธารณะ						
ไม่ได้ใช้บริการเลย	46.9	49.4	52.6	41.9	49.1	45.5
ใช้น้อยลงมาก	48.2	48.2	42.3	52.8	46.8	47.1
ใช้เท่าเดิม	5.0	2.4	5.1	5.3	4.1	7.3

3. การใช้บริการโทรศัพท์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผลจากการสำรวจดังตารางที่ 41 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้อินเทอร์เน็ต มีผู้ใช้บริการโทรศัพท์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (VoIP) เพียงร้อยละ 7.7 ที่เหลือเป็นผู้ไม่เคยใช้บริการมากถึงร้อยละ 92.3 ซึ่งคนกรุงเทพฯ ใช้บริการมากที่สุด (ร้อยละ 15.9) รองลงมาคือ ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 9.5 และ 8.9) ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศที่ใช้ VoIP มีการใช้บริการโทรเข้าโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 14.7 ส่วนผู้ที่ไม่เคยใช้บริการจากกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศสูงถึงร้อยละ 85.3 และพบว่า ในการสำรวจครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างจากภาคกลางและภาคใต้ไม่เคยใช้บริการ VoIP โทรเข้าโทรศัพท์เลย (ร้อยละ 100) ส่วนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรุงเทพฯ และภาคเหนือมีผู้ใช้บริการ VoIP โทรเข้าโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 22.5 19.2 และ 6.9 ตามลำดับ

ทั้งนี้ ผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะโทรเข้าคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 94.5 และมีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ VoIP โทรเข้าคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 5.5 ซึ่งอยู่เฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 12.5 และ 3.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (VoIP)

	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออกเฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
การใช้โทรศัพท์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (VoIP)						
จำนวนผู้บริการ (คน)	(1,418)	(164)	(347)	(447)	(305)	(155)
ไม่ใช้	92.3	84.1	98.6	91.1	90.5	94.2
ใช้	7.7	15.9	1.4	8.9	9.5	5.8
การใช้โทรเข้าโทรศัพท์						
จำนวนผู้บริการ (คน)	(109)	(26)	(5)	(40)	(29)	(9)
ไม่ใช้	85.3	80.8	100.0	77.5	93.1	100.0
ใช้	14.7	19.2	0.0	22.5	6.9	0.0
การใช้โทรเข้าคอมพิวเตอร์						
จำนวนผู้บริการ (คน)	(109)	(26)	(5)	(40)	(29)	(9)
ไม่ใช้	5.5	0.0	0.0	12.5	3.4	0.0
ใช้	94.5	100.0	100.0	87.5	96.6	100.0

ส่วนที่ 2

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้บริการ โทรคมนาคม

บทที่ 12

การวิเคราะห์อุปสงค์ของบริการเสียง และอินเทอร์เน็ต

จากข้อมูลที่สำรวจผู้ใช้บริการโทรคมนาคมจำนวน 2,107 ราย สามารถวิเคราะห์สมการถดถอยทางสถิติ (Regression Analysis) เพื่อหาอุปสงค์ของบริการเสียงทั้งทางโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอุปสงค์ของการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL ซึ่งถือว่าการใช้แบบประจำที่ และการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เรียกว่า EDGE/GPRS ซึ่งในที่นี้จะเรียกเพียง GPRS

การวิเคราะห์อุปสงค์นี้ มีจุดประสงค์ที่จะหาความยืดหยุ่นต่อราคาและความยืดหยุ่นไขว้เพื่อความสามารถในการทดแทนการใช้แต่ละบริการด้วยบริการอื่นที่ใกล้เคียงกัน เช่น บริการโทรศัพท์พื้นฐานทดแทนบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริการ ADSL ด้วยบริการ GPRS เป็นต้น นอกจากนี้ การวิเคราะห์ยังหาความยืดหยุ่นต่อรายได้ของความต้องการใช้บริการโทรคมนาคมเหล่านี้ว่า ถ้ารายได้เพิ่มขึ้น ผู้ใช้บริการจะต้องการใช้บริการเพิ่มขึ้นหรือไม่เพียงใด ตลอดจนพิจารณาว่า อายุ เพศ และระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการจะมีผลต่ออุปสงค์มากน้อยเพียงใดและในทิศทางใด

1. อุปสงค์ของบริการโทรศัพท์พื้นฐาน

การใช้โทรศัพท์พื้นฐานนี้เป็นการศึกษาเพียงการใช้บริการเสียงเท่านั้น ไม่รวมถึงความต้องการใช้โทรศัพท์เพื่อเข้าถึงอินเทอร์เน็ตหรือต่อเครื่องโทรสาร โดยแบบจำลองอุปสงค์ของโทรศัพท์พื้นฐานสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้คือ

$$\ln Q_F = \beta_0 + \beta_1 \ln P_F + \beta_2 \ln P_M + \beta_3 \ln Y + \beta_4 \text{Age} + \beta_5 \text{Male} + \beta_6 \text{Bachelor} + \varepsilon$$

โดยที่	Q_F	=	จำนวนนาที่ที่ใช้งานโทรศัพท์พื้นฐานต่อเดือน
	P_F	=	ราคาค่าใช้โทรศัพท์พื้นฐาน (บาท/นาที่)
	P_M	=	ราคาค่าใช้บริการเสียงโทรศัพท์เคลื่อนที่ (บาท/นาที่)
	Y	=	รายได้ต่อเดือน (บาท)
	Age	=	อายุ (ปี)
	Male	=	เพศชาย (1= ชาย และ 0 = หญิง)
	Bachelor	=	การศึกษา (1 = จบการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป และ 0 = จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี)

แบบจำลองนี้เป็น Log-Linear Model ที่มีตัวแปรตามเป็นค่า Natural Log ของ Q_F ที่หมายถึง จำนวนนาที่การใช้งานโทรศัพท์พื้นฐานต่อเดือนและตัวแปรอิสระคือ $\ln P_F$ = Natural Log ของราคาค่าใช้โทรศัพท์พื้นฐาน $\ln P_M$ = Natural Log ของราคาค่าใช้บริการเสียงโทรศัพท์เคลื่อนที่ $\ln Y$ = Natural Log ของรายได้ต่อเดือน Age = อายุของผู้ใช้บริการมีหน่วยเป็นปี Male = 1 ถ้าผู้ให้บริการเป็นชาย และ = 0 ถ้าเป็นหญิง และสุดท้าย ตัวแปร Bachelor = 1 ถ้าผู้ให้บริการจบการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป และ = 0 ถ้าจบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

ทั้งนี้ แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ที่ใช้วิเคราะห์ต้องการราคาการใช้ต่อนาที่ แต่ค่าบริการของโทรศัพท์พื้นฐานในการโทรออกรหัสเดียวกันคิดเป็นต่อครั้งและมีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาเลขหมายรายเดือนจำนวนอีก 107 บาท ดังนั้น ในการคำนวณหาราคาต่อนาที่ จึงจำเป็นต้องหาราคาเฉลี่ยโดยใช้ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐานรายเดือนหารด้วยจำนวนนาที่ที่ใช้งานต่อเดือน

ขณะเดียวกัน ราคาของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อนาทีนั้นก็มีความยุ่งยากในการคำนวณหา เนื่องจากมีรูปแบบของการคิดค่าบริการ (Package) ที่หลากหลาย ทั้ง Prepaid และ Postpaid การกำหนดค่าบริการแบบเหมาจ่าย การกำหนดค่าใช้จ่ายเบื้องต้นและคิดค่าใช้บริการส่วนต่างเพิ่มเติม ตลอดจนการคิดค่าบริการเป็นนาทีเพียงอย่างเดียว ดังนั้น การคำนวณหาราคาเฉลี่ยจึงจำเป็นต้องใช้วิธีการเดียวกับโทรศัพท์พื้นฐาน คือ นำค่าใช้จ่ายรายเดือนหารด้วยจำนวนนาทีที่ใช้งาน ซึ่งวิธีการคำนวณหาราคาเฉลี่ยเช่นนี้ อาจสร้างปัญหาทางเทคนิคทางสถิติที่ตัวแปรอิสระทางขวามือจะมีตัวแปรตามประกอบอยู่ด้วย

แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ที่เป็น Log Linear Model นี้จะทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ β_1 ของ Natural Log ของราคาค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐานจะเป็นค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (Own Price Elasticity) ส่วนสัมประสิทธิ์ β_2 ของ Natural Log ราคาค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จะเป็นค่าความยืดหยุ่นไขว้ (Cross Price Elasticity) ที่จะบอกถึงความสามารถในการทดแทนกันระหว่างโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่ และค่าสัมประสิทธิ์ β_3 ของ Natural Log ของรายได้ก็เป็นค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์ต่อบริการโทรศัพท์พื้นฐาน

การคำนวณแบบจำลองสมการถดถอยจากตัวอย่างทั้งหมด 2,107 จะมีผู้ใช้บริการที่ใช้ทั้งโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ 857 ราย ซึ่งการคำนวณ Regression Analysis นี้ จำเป็นต้องใช้ข้อมูลเฉพาะที่ใช้ทั้งโทรศัพท์พื้นฐานและเคลื่อนที่ มิฉะนั้นการผลการทดแทนระหว่างสองบริการนี้จะทำไม่ได้ ผลการคำนวณเป็นดังต่อไปนี้

$$\ln Q_F = 5.174^{***} + (-0.900)\ln P_F^{***} + (-0.018)\ln P_M + (0.105)\ln Y^{**} + (-0.008) \\ \text{Age}^{***} + (0.032)\text{Male} + (0.048)\text{Bachelor}$$

ตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยของอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์พื้นฐาน

ตัวแปรอิสระ	ค่าประมาณของ β	Std.Err.	t-Statistics
$\ln P_F$	-.9001125	.0175357	-51.33***
$\ln P_M$	-.0179802	.0245703	-0.73
$\ln Y$	.1053784	.0332782	3.17**
Age	-.0082097	.0018169	-4.51***
Male	.0318031	.0469371	0.68
Bachelor	.0484658	.0590414	0.82
ค่าคงที่	5.174488	. 258466	20.02***

จำนวนตัวอย่าง = 857

R – squared = 0.7607

หมายเหตุ *** $P \leq 0.001$; ** $P \leq 0.01$; * $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 42 จะเห็นได้ว่า ค่า R-squared ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.76 และสัมประสิทธิ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติคือความยืดหยุ่นต่อราคา ความยืดหยุ่นต่อรายได้ และอายุ โดยที่ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การใช้โทรศัพท์พื้นฐานต่อราคาค่าเท่ากับ -0.90 ซึ่งเป็นค่าติดลบที่หมายความว่า ถ้าราคาค่าใช้โทรศัพท์พื้นฐานเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จำนวนนาที่ที่ใช้โทรศัพท์พื้นฐานจะลดลงร้อยละ 0.9

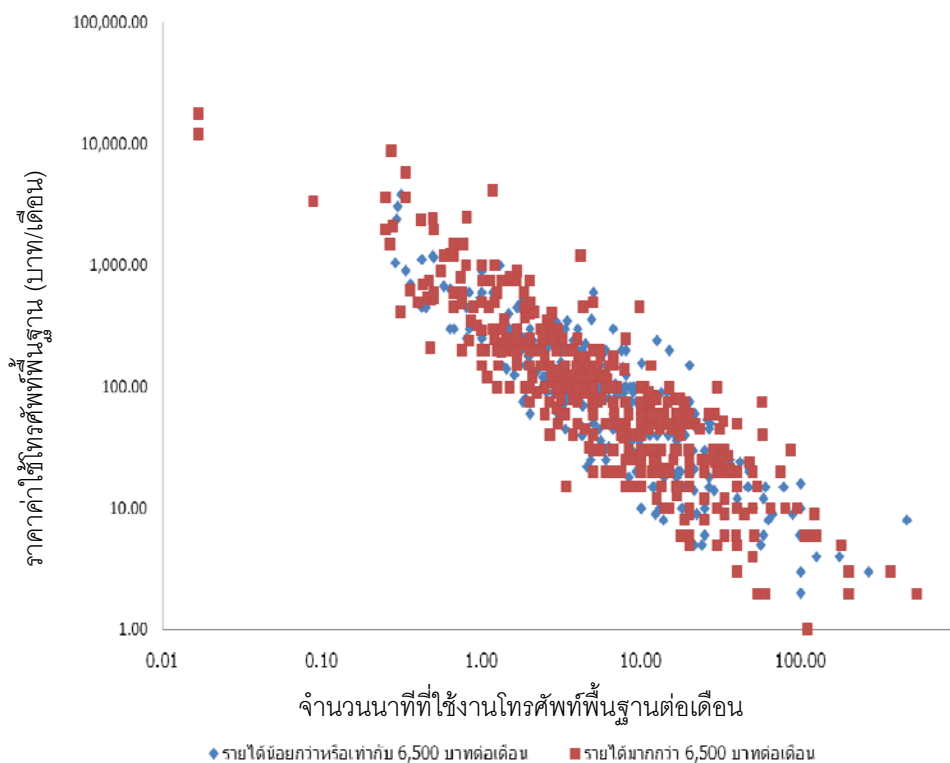
ด้านค่าสัมประสิทธิ์ของค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่ากับ -0.18 ซึ่งเป็นค่าความยืดหยุ่นไขว้ แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติเพราะมีค่า t-Statistics อยู่ที่ -.073 แสดงว่า ความยืดหยุ่นไขว้ระหว่างราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่กับปริมาณการใช้โทรศัพท์พื้นฐานมีค่าไม่แตกต่างจากศูนย์ในทางสถิติ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงไม่มีผลต่อการใช้โทรศัพท์พื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญ หรือกล่าวได้ว่าบริการโทรศัพท์พื้นฐานไม่สามารถทดแทนโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้

ด้านความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (Income elasticity) หรือสัมประสิทธิ์ของ $\ln Y$ มีค่าเท่ากับ 0.10 มีค่าเป็นบวก หมายความว่า ถ้าผู้ใช้มีรายได้สูงขึ้นร้อยละ 1 จะใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1 สรุปคือ การใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานเป็นสินค้าจำเป็นในลักษณะที่การเปลี่ยนแปลงของรายได้มีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน แต่ค่อนข้างน้อย

ค่าสัมประสิทธิ์ของอายุมีค่า -0.008 แสดงว่า กลุ่มคนที่มีอายุเพิ่มขึ้น 1 ปี จะใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานลดลงเล็กน้อยหรือเพียงร้อยละ 0.08 ในส่วนของเพศพบว่า ไม่มีความแตกต่างในการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้คือ 0.03 และมีค่า t-Statistics เท่ากับ 0.68 ขณะเดียวกัน ระดับการศึกษาก็ไม่ส่งผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานเช่นกัน

จากข้อมูลทั้งหมด 857 ตัวอย่างที่ใช้คำนวณข้างต้น สามารถนำมาสร้างกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และราคาของบริการโทรศัพท์พื้นฐานได้ตามรูปภาพที่ 6 ซึ่งจำแนกออกเป็นกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 6,500 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 6,500 บาท ซึ่งระดับรายได้ 6,500 บาทนี้ถูกเลือกเพราะเป็น Median ของรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่ประมาณครึ่งหนึ่งมีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 6,500 บาท

รูปภาพที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และราคาของบริการโทรศัพท์พื้นฐาน

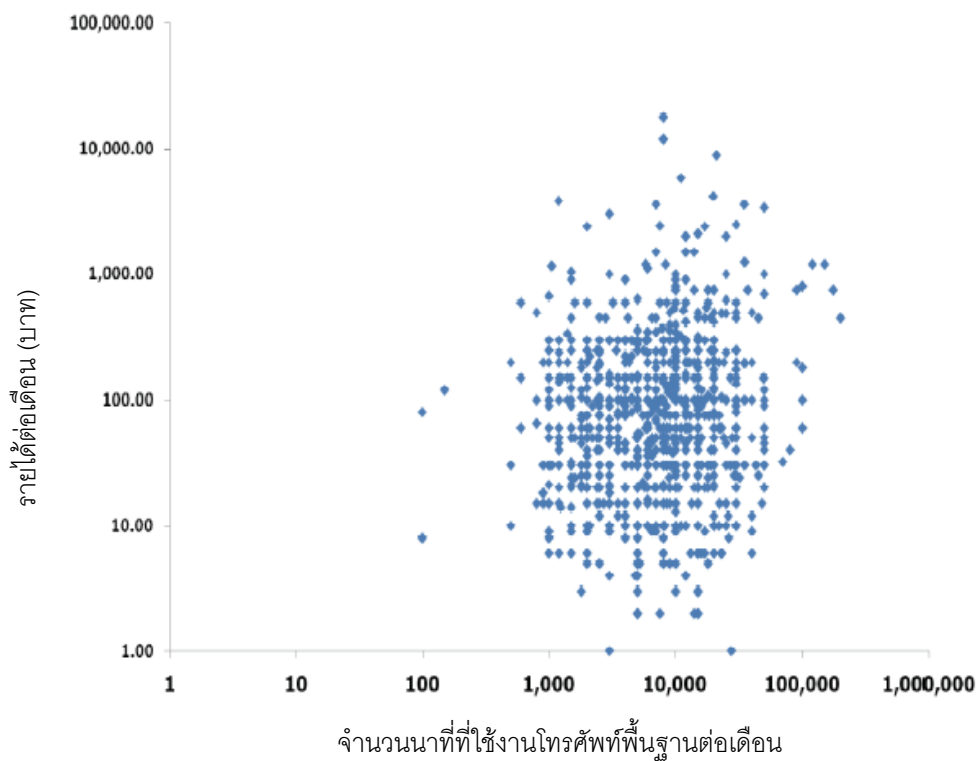


สิ่งที่รูปภาพที่ 6 แสดงให้เห็นสองประเด็นที่สำคัญของอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์พื้นฐานที่แสดงออกมาในผลการคำนวณ ประการแรก การใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับราคาเฉลี่ยของการใช้ เหมือนกับอุปสงค์ทั่วไปที่ราคาที่ถูกลงจะมีจำนวนความ

ต้องการเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงสอดคล้องกับค่าของความยืดหยุ่นต่อราคาที่มีค่าติดลบ และประการที่สอง อุปสงค์ของบริการโทรศัพท์พื้นฐานนี้ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของรายได้สูงและรายได้ต่ำ ดังเห็นได้จากการกระจุกตัวของจุดของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูงและต่ำมีการรวมตัวกันมาก สอดคล้องกับค่าของความยืดหยุ่นต่อรายได้ที่มีค่าต่ำมาก

ส่วนรูปภาพที่ 7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้โทรศัพท์พื้นฐานและรายได้ของผู้ใช้บริการต่อเดือน ซึ่งยืนยันอีกครั้งว่าระดับรายได้ไม่มีผลต่อจำนวนนาที่การใช้โทรศัพท์พื้นฐาน

รูปภาพที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้โทรศัพท์พื้นฐานและรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการ



2. อุปสงค์ของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในที่นี้หมายถึงการใช้บริการเสียงเท่านั้น ไม่รวมถึงบริการเสริมอื่นๆ ด้าน SMS/MMS หรือการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS การวิเคราะห์จะเป็นในลักษณะคล้ายกันกับการศึกษาอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์พื้นฐาน สมการแบบจำลองของอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็จะเป็น Log-Linear Model ที่ผลการคำนวณ Regression Analysis ก็จะทำให้ความยืดหยุ่นต่อราคา ความยืดหยุ่นไขว้ที่บอกการทดแทนกันระหว่างโทรศัพท์เคลื่อนที่และประจำที่ ความยืดหยุ่นต่อรายได้ รวมถึงความแตกต่างของความต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ตามอายุ เพศ และการศึกษา เขียนได้ดังนี้คือ

$$\ln Q_M = \beta_0 + \beta_1 \ln P_M + \beta_2 \ln P_F + \beta_3 \ln Y + \beta_4 \text{Age} + \beta_5 \text{Male} + \beta_6 \text{Bachelor} + \varepsilon$$

โดยที่ Q_M	= จำนวนนาที่ที่ใช้บริการเสียงโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน
P_M	= ราคาค่าใช้บริการเสียงโทรศัพท์เคลื่อนที่ (บาท/นาที่)
P_F	= ราคาค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน (บาท/นาที่)
Y	= รายได้ต่อเดือน
AGE	= อายุ (ปี)
Male	= เพศชาย (1= ชาย และ 0 = หญิง)
Bachelor	= จบการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป (1 = จบการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป และ 0 = จบการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี)

นอกจากตัวแปร Q_M ซึ่งเป็นจำนวนนาที่ที่ใช้บริการเสียงโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน ตัวแปรอื่นเหมือนกับกรณีศึกษาอุปสงค์บริการโทรศัพท์พื้นฐานทุกประการ

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์ต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

สำหรับตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์จะเลือกเฉพาะผู้ที่ใช้บริการทั้งโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยข้อมูลที่ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2,107 คน พบว่า มีผู้ใช้โทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 857 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเดียวกับการวิเคราะห์ของโทรศัพท์พื้นฐาน และนำมาคำนวณสมการถดถอย (Regression Analysis) ออกมาได้ดังนี้

$$\ln Q_M = 3.440^{***} + (-0.888)\ln P_M^{***} + (-0.019)\ln P_F + (0.295)\ln Y^{***} + (-0.008)Age^{***} + (0.029)Male + (0.128)Bachelor^*$$

ตารางที่ 43 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยของอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตัวแปรอิสระ	ค่าประมาณของ β	Std.Err.	t-Statistics
$\ln P_M$	-.8883679	.0240103	-37.00***
$\ln P_F$	-.0187028	.017163	-1.09
$\ln Y$	.2949242	.0325198	9.07***
Age	-.0081824	.0017781	-4.60***
Male	.0286441	.0458673	0.62
Bachelor	.1284743	.0576958	2.23*
ค่าคงที่	3.439791	.2525753	13.62***

Number of obs = 857

R – squared = 0.6422

หมายเหตุ *** $P \leq 0.001$; ** $P \leq 0.01$; * $P \leq 0.05$

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 43 พบว่า ค่า R-squared เท่ากับ 0.64 และสัมประสิทธิ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติคือความยืดหยุ่นต่อราคา ความยืดหยุ่นไขว้ ความยืดหยุ่นต่อรายได้ อายุ และการศึกษา

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อราคาค่าใช้บริการเสียงของโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่ากับ -0.89 ด้านค่าความยืดหยุ่นไขว้ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ -0.19 ที่แสดงให้เห็นว่าความสามารถของโทรศัพท์เคลื่อนที่ทดแทนโทรศัพท์พื้นฐานที่น้อยมาก และค่า t-Statistics เท่ากับ -1.09 จึงไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

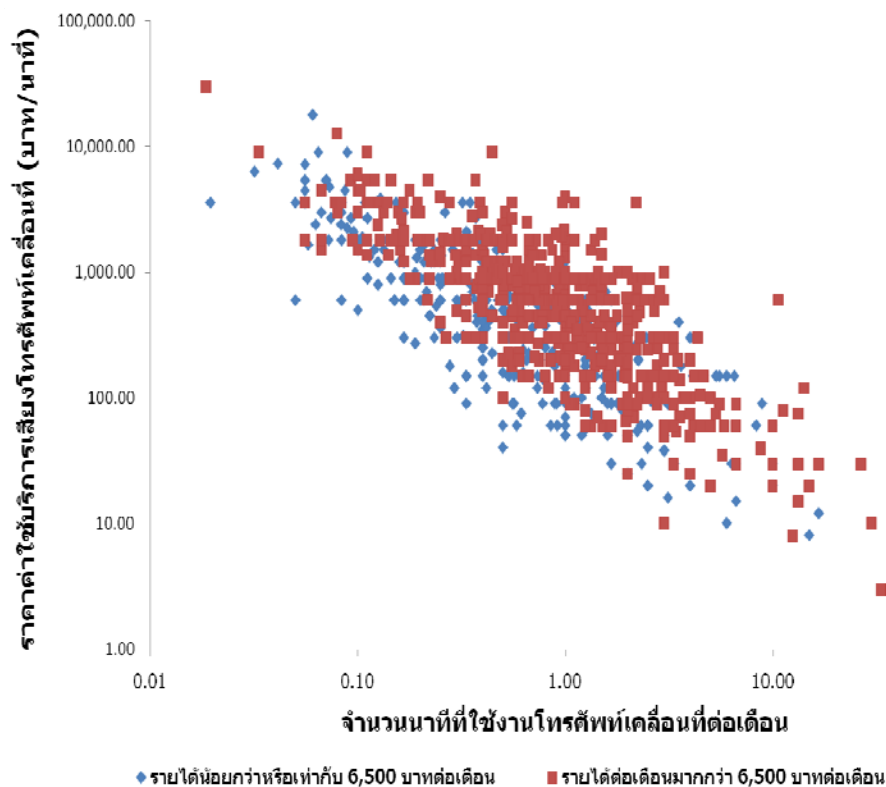
ด้านความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้มีค่าเท่ากับ 0.29 ซึ่งน้อยกว่า 1 แสดงว่า การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นสิ่งจำเป็น แต่ค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวยังอยู่ในระดับสูงกว่าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ของโทรศัพท์พื้นฐานที่มีค่าแค่ 0.1 อีกด้วย หมายความว่าระดับรายได้มีผลต่อความต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าการใช้โทรศัพท์พื้นฐาน ดังที่จะแสดงต่อไปในรูปภาพที่ 8 และรูปภาพที่ 9 ข้างล่างนี้

เพศของผู้ใช้บริการไม่มีผลต่อจำนวนนาที่การใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้คือ 0.02 และมีค่า t-Statistics เท่ากับ 0.62 จึงไม่มีนัยสำคัญ

ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ในกรณีแรกของบริการโทรศัพท์พื้นฐานปรากฏว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน แต่จากการวิเคราะห์ข้างต้นกลับพบว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.128 และมีค่า t-Statistics เท่ากับ 2.23 ตีความหมายได้ว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปจะใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่ากลุ่มผู้มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีโดยเฉลี่ยร้อยละ 12.8

จากข้อมูลทั้งหมดข้างต้น สามารถนำมาสร้างกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และราคาของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ตามรูปภาพที่ 8 โดยจำแนกออกเป็นกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับระดับ Median ที่ 6,500 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 6,500 บาท

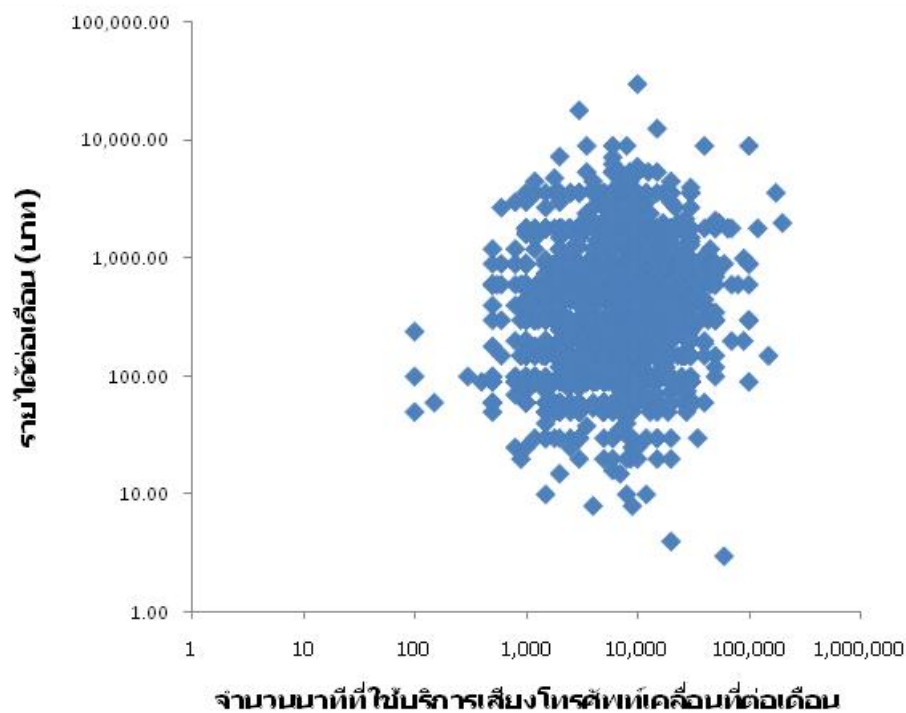
รูปภาพที่ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และราคาของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่



รูปภาพที่ 8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาค่าใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในทางตรงข้ามกับจำนวนนาที่การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ นอกจากนั้นผู้ใช้บริการที่มีรายได้สูงกว่ามีอุปสงค์ต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สูงกว่า ดังเห็นได้จากกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 6,500 บาท มีกลุ่มข้อมูลอยู่ระดับที่สูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 6,500 บาท เทียบกับกรณีที่แล้วของบริการโทรศัพท์พื้นฐานที่รายได้ไม่มีผลต่อนาที่การใช้โทรศัพท์พื้นฐาน

รูปภาพที่ 9 แสดงผลของรายได้ที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กลุ่มที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มที่จะใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า

รูปภาพที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการ



3. อุปสงค์ต่อบริการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL

การวิเคราะห์กรณีที่ 3 เป็นการวิเคราะห์อุปสงค์การใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านการเชื่อมต่อแบบ ADSL ในลักษณะที่คล้ายกับสองกรณีแรกที่ใช้แบบจำลองสมการอุปสงค์ Log-Linear เพื่อศึกษาความยืดหยุ่นต่อราคาและรายได้ ความสามารถในการใช้ ADSL ทดแทน GPRS และผลของอายุ เพศ และการศึกษา

เนื่องจากผู้ให้บริการสามารถเลือกใช้ ADSL ได้หลายระดับของความเร็ว แบบจำลองจึงมีตัวแปรความเร็วของ ADSL ที่ผู้ให้บริการเลือกใช้ จึงเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\ln Q_{ADSL} = \beta_0 + \beta_1 \ln P_{ADSL} + \beta_2 \ln P_{GPRS} + \beta_3 \text{Speed} + \beta_4 \ln Y + \beta_5 \text{Age} + \beta_6 \text{Male} + \beta_7 \text{Bachelor} + \varepsilon$$

โดยที่	Q_{ADSL}	= จำนวนนาฬิกาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบ ADSL ต่อเดือน
	P_{ADSL}	= ราคาค่าใช้อินเทอร์เน็ตแบบ ADSL (บาท/นาฬิกา)
	P_{GPRS}	= ราคาค่าใช้อินเทอร์เน็ตแบบ GPRS (บาท/นาฬิกา)
	Speed	= ความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Mbps)
	Y	= รายได้ต่อเดือน
	AGE	= อายุ (ปี)
	Male	= เพศชาย (1= ชาย และ 0 = หญิง)
	Bachelor	= จบการศึกษาดั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป (1 = จบการศึกษาดั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป และ 0 = จบการศึกษาดำรงต่ำกว่าปริญญาตรี)

สำหรับการคำนวณหาราคาค่าใช้จ่ายต่อนาทีของบริการอินเทอร์เน็ตแบบ ADSL และ GPRS จะใช้วิธีการเดียวกันกับการคำนวณของโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยหาราคาจากค่าใช้จ่ายรายเดือนหารด้วยจำนวนนาฬิกาที่ใช้งานต่อเดือน

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์ต่อบริการอินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL

จากผลการสำรวจที่ได้นั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิเคราะห์บริการอินเทอร์เน็ตแบบ ADSL มีจำนวนค่อนข้างน้อย เพราะต้องเลือกเฉพาะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งแบบ ADSL และ GPRS เพื่อวิเคราะห์การทดแทนระหว่างบริการ ADSL และ GPRS ในกรณีนี้จะมีทั้งหมด 80 ตัวอย่าง ผลการคำนวณเป็นดังต่อไปนี้

$$\ln Q_{ADSL} = 5.968^{***} + (-0.929)\ln P_{ADSL}^{***} + (-0.032)\ln P_{GPRS} + (0.095)Speed^{***} + (0.014)\ln Y + (0.000)Age + (-0.027)Male + (-0.047)Bachelor$$

ตารางที่ 44 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยของอุปสงค์การใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL

ตัวแปรอิสระ	ค่าประมาณของ β	Std.Err.	t-Statistics
$\ln P_{ADSL}$	-.929305	.036257	-25.63***
$\ln P_{GPRS}$	-.032063	.0339762	-0.94
Speed	.0948139	.0179091	5.29***
$\ln Y$	.0135012	.0583857	0.23
Age	.0004538	.0092715	0.05
Male	-.0274535	.1000424	-0.27
Bachelor	-.0469345	.1443767	-0.33
ค่าคงที่	5.968	.4014768	14.87***

Number of obs = 80

R – squared = 0.9206

หมายเหตุ *** $P \leq 0.001$; ** $P \leq 0.01$; * $P \leq 0.05$

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 44 พบว่า ค่า R-squared เท่ากับ 0.92 และมีเพียงตัวแปรราคาของ ADSL และความเร็วของ ADSL ที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อจำนวนนาที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL ต่อราคาค่าใช้ ADSL เท่ากับ -0.93 ด้านค่าความยืดหยุ่นไขว้ต่อราคาค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตแบบ GPRS คำนวณได้ -0.03 แต่

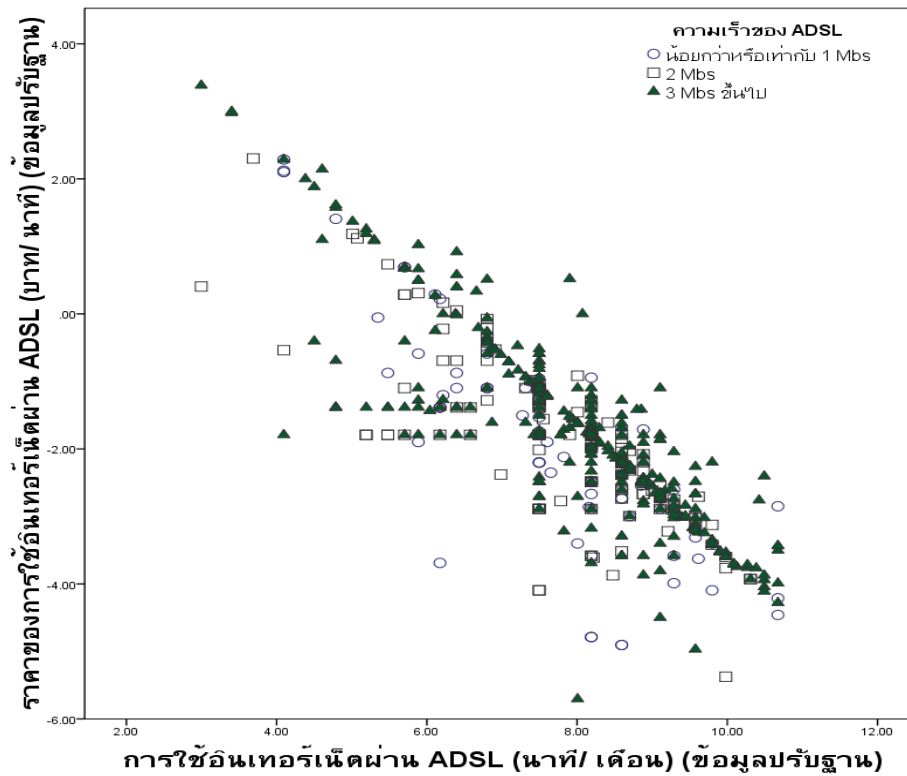
ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติด้วยค่า t-Statistics เท่ากับ -0.94 ดังนั้นผลการสำรวจนี้แสดงว่าไม่มีการทดแทน ADSL ด้วย GPRS

สัมประสิทธิ์ของความเร็วอยู่ที่ 0.095 และมีนัยสำคัญที่มีค่า t-Statistics เท่ากับ 5.29 หมายความว่า ผู้ที่ต้องการใช้ความเร็วสูงขึ้น เต็มใจจ่ายราคาค่าใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้น หากตีความหมายจากค่าประมาณของสัมประสิทธิ์ที่ได้ จะได้ว่าเมื่อความเร็วของ ADSL สูงขึ้น 1 Mbps โดยเฉลี่ยผู้ใช้บริการเต็มใจจ่ายราคาค่าใช้เพิ่มขึ้นร้อยละ $10.20 = 0.095/0.93$ ที่ได้จากค่าสัมประสิทธิ์ของความเร็วหารด้วยค่าบวกของความยืดหยุ่นต่อราคาค่าบริการ ADSL

ในส่วนของค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้มีค่าเท่ากับ 0.13 ซึ่งน้อยมากและผลทดสอบค่า t-Statistics ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า รายได้ไม่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL เช่นเดียวกับอายุ เพศ และระดับการศึกษาที่ผลการวิเคราะห์ระบุว่าไม่มีนัยสำคัญในลักษณะเดียวกัน

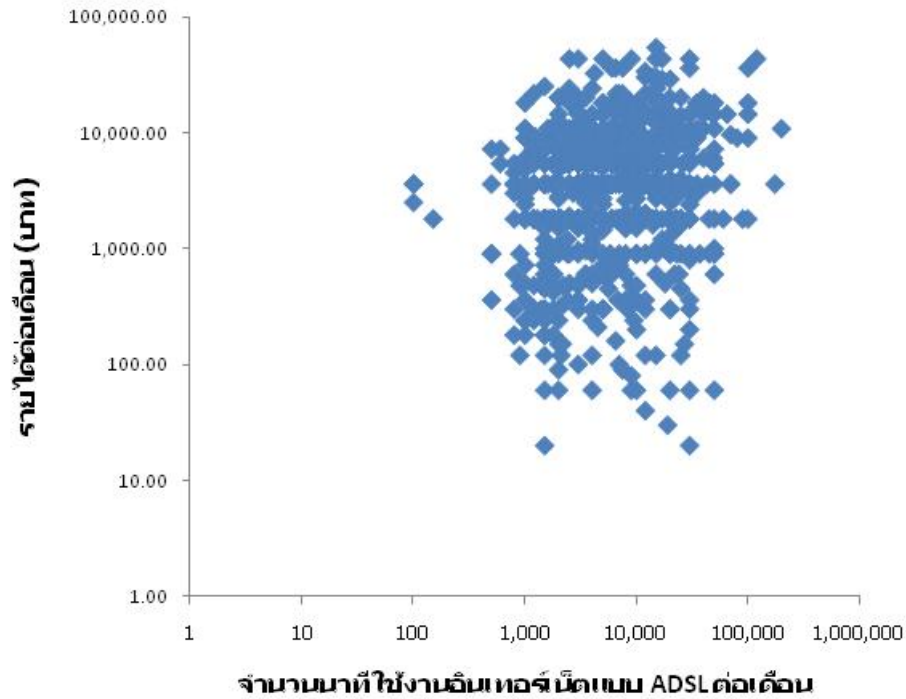
จากข้อมูลข้างต้น สามารถนำมาสร้างกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และราคาของบริการอินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL ได้ดังรูปภาพที่ 10 ซึ่งจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความเร็วของการใช้งาน 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ความเร็วน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 Mbps ความเร็วเท่ากับ 2 Mbps และความเร็วตั้งแต่ 3 Mbps ขึ้นไป เห็นได้ว่ากลุ่มของจุดตัวอย่างแสดงความสัมพันธ์ลักษณะผกผันระหว่างราคาและจำนวนนาฬิกาที่ใช้ และจุดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ความเร็วสูงกว่าจะเกาะกลุ่มอยู่ในระดับที่สูงกว่า

รูปภาพที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และราคาของบริการอินเทอร์เน็ตแบบ ADSL



ส่วนรูปภาพที่ 11 เป็นกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อินเทอร์เน็ตแบบ ADSL และรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการ เห็นได้ชัดว่าระดับรายได้ที่สูงขึ้นไม่มีผลต่อจำนวนนาทที่ใช้ อินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL

รูปภาพที่ 11 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อินเทอร์เน็ตแบบ ADSL และรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการ



4. อุปสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS

กรณีที่ 4 นี้เป็นการวิเคราะห์อุปสงค์การใช้อินเทอร์เน็ตโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เรียกว่า GPRS ซึ่งเป็นเทคโนโลยีลักษณะ 2.5G ที่มีความเร็วต่ำกว่า ADSL แต่มีข้อได้เปรียบที่เป็นการให้บริการแบบเคลื่อนที่

แบบจำลองนี้ยังคงเป็น Log-Linear Model ที่จะให้ค่าความยืดหยุ่นต่อราคา ความยืดหยุ่นไขว้กับราคาของ ADSL ความยืดหยุ่นต่อรายได้ และผลกระทบของอายุ เพศ และการศึกษา ในกรณีนี้ความเร็วของ GPRS ไม่มีส่วนในแบบจำลองเพราะ GPRS มีความเร็วเดียว เขียนเป็นสมการแบบจำลองได้ดังนี้

$$\ln Q_{\text{GPRS}} = \beta_0 + \beta_1 \ln P_{\text{GPRS}} + \beta_2 \ln P_{\text{ADSL}} + \beta_3 \ln Y + \beta_4 \text{Age} + \beta_5 \text{Male} + \beta_6 \text{Bachelor} + \varepsilon$$

โดยที่	Q_{GPRS}	=	จำนวนนาฬิกาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบ GPRS ต่อเดือน
	P_{GPRS}	=	ค่าใช้อินเทอร์เน็ตแบบ GPRS (บาท/นาฬิกา)
	P_{ADSL}	=	ค่าใช้อินเทอร์เน็ตแบบ ADSL (บาท/นาฬิกา)
	Y	=	รายได้ต่อเดือน
	AGE	=	อายุ (ปี)
	$Male$	=	เพศชาย (1= ชาย และ 0 = หญิง)
	$Bachelor$	=	จบการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป (1 = จบการศึกษาดั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป และ 0 = จบการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี)

การคำนวณหาราคาค่าใช้จ่ายต่อนาฬิกาของบริการอินเทอร์เน็ตแบบ GPRS จะใช้วิธีการเดียวกันกับการคำนวณของโทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริการอินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL คือราคาจะได้จากค่าใช้บริการ GPRS ต่อเดือนหารด้วยจำนวนนาฬิกาที่ใช้ GPRS ต่อเดือน

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะเลือกเฉพาะผู้ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งแบบ ADSL และ GPRS ซึ่งมีเพียง 80 คน เพื่อสามารถวิเคราะห์ดูความสามารถของการทดแทน GPRS ด้วย ADSL และกลุ่มตัวอย่งนี้เป็นกลุ่มเดียวกับที่ใช้ในกรณีของอุปสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL โดยข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมาวิเคราะห์หาความถดถอย (Regression Analysis) ได้ดังนี้

$$\ln Q_{GPRS} = 1.869 + (-0.961)\ln P_{GPRS}^{***} + (0.023)\ln P_{ADSL} + (0.344)\ln Y^* + (0.003)Age + (-0.105)Male + (-0.078)Bachelor$$

ตารางที่ 45 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยของการใช้อินเทอร์เน็ตแบบ GPRS

ตัวแปรอิสระ	ค่าประมาณของ β	Std.Err.	t-Statistics
$\ln P_{GPRS}$	-.9607854	.0812637	-11.82***
$\ln P_{ADSL}$	.0226079	.086923	0.26
$\ln Y$	.3439723	.13761	2.50*
Age	.0027987	.0222303	0.13
Male	-.1047315	.2401955	-0.44
Bachelor	-.0779287	.3450791	-0.23
ค่าคงที่	1.880828	.9579461	1.92

Number of obs = 80

R – squared = 0.7332

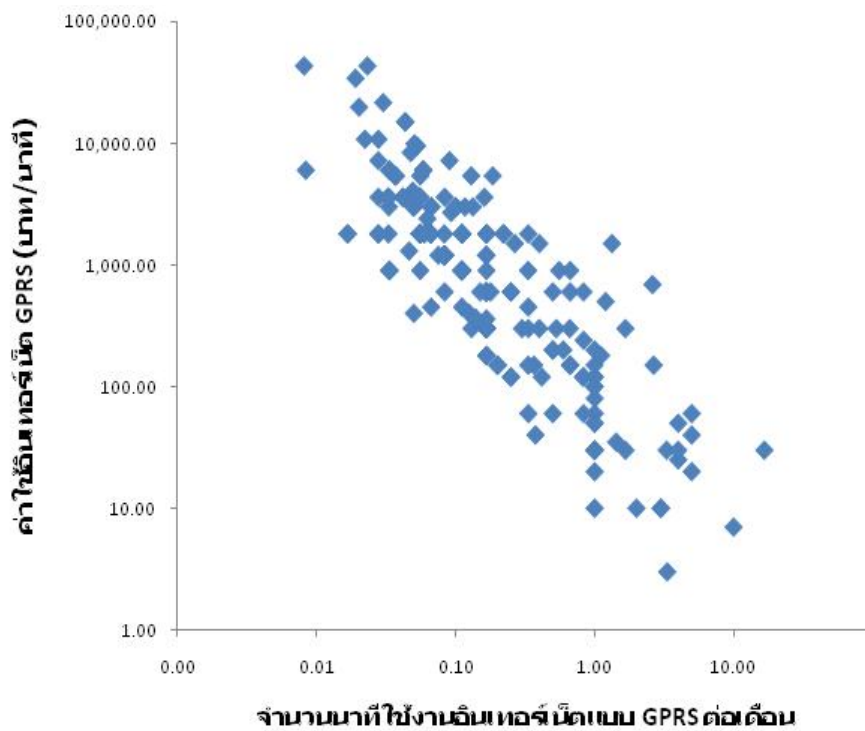
หมายเหตุ *** $P \leq 0.001$; ** $P \leq 0.01$; * $P \leq 0.05$

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 45 พบว่า ค่า R-squared เท่ากับ 0.73 ตัวแปรราคาและรายได้เท่านั้นที่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS ต่อราคาค่าใช้จ่ายของอินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS เท่ากับ -0.96 ด้านค่าความยืดหยุ่นต่อราคาค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตแบบ ADSL คำนวณได้ 0.02 และมีค่า t-Statistics เท่ากับ 0.26 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่า GPRS ไม่เป็นบริการที่สามารถทดแทน ADSL

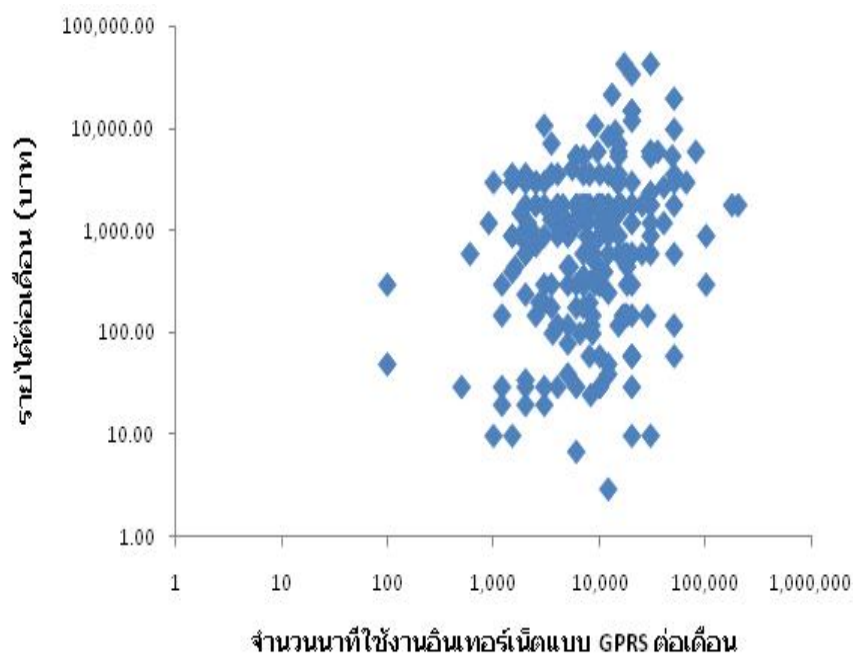
ส่วนค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ อยู่ที่ 0.34 มีค่าเป็นบวกและน้อยกว่า 1 แสดงว่า รายได้มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS และบริการดังกล่าวเป็นสินค้าจำเป็น ขณะที่อายุ เพศ และระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ

จากข้อมูลข้างต้น สามารถนำมาสร้างกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้จ่ายและราคาของบริการอินเทอร์เน็ตแบบ GPRS และกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS และรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการได้ดังรูปภาพที่ 12 และรูปภาพที่ 13 ตามลำดับ

รูปภาพที่ 12 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และราคาของบริการอินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS



รูปภาพที่ 13 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS และรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการ



บทที่ 13

การวิเคราะห์ความเต็มใจจ่าย

แบบจำลองโลจิต (Logit Model)

แบบจำลองโลจิต (Logit Model) เป็นหนึ่งในแบบจำลองที่ตัวแปรตามมีค่าจำกัด หรือ Limited Dependent Variables Model หรือให้เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น คือ ตัวแปรตามมี 2 ค่า หรือ Binary Dependent Variable Model ทั้งนี้ แบบจำลองโลจิตถูกพัฒนามาจาก Linear Probability Model (LPM) สำหรับในการศึกษาความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay) ในการใช้บริการโทรคมนาคมจากการสำรวจครั้งนี้ ได้นำมาศึกษาใน 3 ประเด็นที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์พื้นฐาน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์พื้นฐานแล้วเปลี่ยนมาใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงอย่างเดียว จากการใช้แบบจำลอง Logit Model พบว่า ครั้วเรือนทำการตัดสินใจยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์พื้นฐาน ขึ้นกับปัจจัย 8 ตัว คือ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัทโทรศัพท์ที่ให้บริการ ระดับความพึงพอใจการให้บริการ ประสบการณ์เคยยกเลิกหมายเลขในอดีต มีการใช้อินเทอร์เน็ตควบคู่กับการมีโทรศัพท์พื้นฐาน ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม เขตที่อยู่อาศัยของครั้วเรือนและจำนวนสมาชิกในครั้วเรือน โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐาน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีรายจ่ายโทรศัพท์พื้นฐานต่อเดือนยิ่งสูง โอกาสที่จะยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานยิ่งน้อย จากแบบจำลองพบว่า ทุกๆ รายจ่ายค่าโทรศัพท์พื้นฐานที่เพิ่มขึ้น 100 บาท ต่อเดือน โอกาสที่จะยกเลิกโทรศัพท์พื้นฐานจะลดลง ร้อยละ 0.824

(2) บริษัทโทรศัพท์พื้นฐานที่รับบริการ

บริษัทโทรศัพท์พื้นฐาน ที่เลือกใช้ต่างกัน โอกาสในการยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานต่างกัน โดยพบว่า ครัวเรือนที่ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของ TRUE มีโอกาสในการยกเลิกเลขหมายสูงกว่า ครัวเรือนที่ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ให้บริการรายอื่นๆ ถึงร้อยละ 16.826

(3) ระดับความพึงพอใจการใช้บริการ

การศึกษาพบว่า ยิ่งผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ จากการใช้โทรศัพท์พื้นฐานยิ่งมาก โอกาสที่จะตัดสินใจยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานยิ่งน้อย

(4) ประสบการณ์การยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐาน

ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานในอดีตมีโอกาสที่จะยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานมากกว่า ผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ยกเลิกเลขหมายที่ร้อยละ 7.048

(5) การใช้อินเทอร์เน็ต

ผู้ที่ใช้การใช้อินเทอร์เน็ต มีโอกาสยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐาน น้อยกว่าผู้ที่ไม่มีการใช้อินเทอร์เน็ตที่ร้อยละ 9.611

(6) ระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีโอกาสที่จะยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานสูงกว่า ผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีที่ร้อยละ 4.803

(7) เขตที่อยู่อาศัย

ผู้ที่พำนักอยู่ในเขตเทศบาล มีโอกาสที่จะยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานน้อยกว่า ผู้ที่พำนักอยู่นอกเขตเทศบาล ร้อยละ 5.971

(8) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

จากแบบจำลองพบว่า ครัวเรือนที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนยิ่งมาก หรือ ขนาดของครัวเรือนยิ่งใหญ่ โอกาสในการยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานยิ่งน้อย

รายละเอียด ดูได้จากตารางที่ 46 โดยทิศทางของแต่ละปัจจัยทั้ง 8 ปัจจัย เป็นไปตามสมมุติฐานที่วางไว้

ตารางที่ 46 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายการตัดสินใจยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์พื้นฐาน

(N=1,286)

ตัวแปร	β	S.E	Odds ratio	Marginal Effect (%)
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐาน (100 บาท)	-0.101	0.031***	0.904	-0.82
บริษัทโทรศัพท์พื้นฐานที่เลือกใช้				
TOT	1.080	0.345***	2.945	7.64
True	1.338	0.332***	3.812	16.83
TT&T	0.792	0.352**	2.207	7.45
ความพึงพอใจการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานโดยรวม	-0.614	0.218***	0.541	- 4.99
ประสบการณ์ยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์พื้นฐาน				
ไม่เคยยกเลิก ®				
เคยยกเลิก	0.691	0.256***	1.996	7.05
การใช้อินเทอร์เน็ต				
ไม่ใช้ ®				
ใช้	-0.937	0.210***	0.392	- 9.61
ระดับการศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี ®				
ปริญญาตรีขึ้นไป	0.575	0.192***	1.773	4.80
เขตที่อยู่อาศัย				
นอกเขตเทศบาล ®				
ในเขตเทศบาล	-0.650	0.193***	0.522	- 5.97
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	-0.106	0.061*	0.899	- 0.86
ค่าคงที่	0.308	0.791		
Log likelihood = -413.416				
Pseudo R2 = 0.092				

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.10$; ® กลุ่มอ้างอิง (reference group)

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยน/ เพิ่มเลขหมายผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เปลี่ยน / เพิ่ม เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า มีปัจจัยอยู่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจนี้คือ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประสิทธิภาพการยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความพึงพอใจการใช้บริการ การใช้โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (VoIP) และระดับการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากแบบจำลองพบว่า ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สูง จะมีโอกาสที่จะเปลี่ยน / เพิ่ม เลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานสูงกว่า ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่ำกว่า

(2) ประสิทธิภาพการยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ที่เคยยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะมีโอกาสที่จะตัดสินใจ เปลี่ยน / เพิ่ม เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ สูงกว่าผู้ที่ไม่เคยยกเลิกเลขหมายร้อยละ 7.85

(3) ความพึงพอใจการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ยิ่งมีความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สูง โอกาสในการ เปลี่ยน / เพิ่ม เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่จะยิ่งมีน้อยลง

(4) การใช้โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (VoIP)

ผู้ที่มีการใช้งาน VoIP จะมีโอกาสที่จะ เปลี่ยน / เพิ่ม เลขหมายผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ มากกว่า ผู้ที่ไม่มีการใช้งาน VoIP ที่ร้อยละ 8.9

(5) ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาที่สูงขึ้น โอกาสในการ เปลี่ยน / เพิ่ม เลขหมายผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่จะยิ่งสูงขึ้น จากแบบจำลองพบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จะมี โอกาส เปลี่ยน / เพิ่ม เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ สูงกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 5.41

รายละเอียดสามารถดูได้จากตารางที่ 47 โดยทั้ง 5 ปัจจัย มีผลต่อโอกาสในการตัดสินใจ ในทิศทางเดียวกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 47 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายการตัดสินใจเปลี่ยน/ เพิ่มเลขหมายผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

(N=1,358)

ตัวแปร	β	S.E	Odds ratio	Marginal Effect (%)
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (100 บาท)	0.022	0.014*	1.023	0.23
ประสบการณ์ยกเลิกเลขหมาย โทรศัพท์เคลื่อนที่				
ไม่เคยยกเลิก ®				
เคยยกเลิก	0.678	0.169***	1.970	7.85
ความพึงพอใจการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม	-0.610	0.170***	0.543	- 6.30
การใช้โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (VoIP)				
ไม่ใช้ ®				
ใช้	0.693	0.253***	1.999	8.90
ระดับการศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี ®				
ปริญญาตรีขึ้นไป	0.520	0.173***	1.682	5.41
ค่าคงที่	-0.980	0.467**		
Log likelihood = -498.874				
Pseudo R2 = 0.051				

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.10$; ® กลุ่มอ้างอิง (reference group)

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตจากสมการ Logit พบว่า มีปัจจัย 8 ประการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐาน ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ การใช้งานโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ เพศ อายุ รายได้ (บาท/เดือน) ระดับการศึกษา เขตที่อยู่อาศัย

(1) ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐาน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีรายจ่ายค่าโทรศัพท์พื้นฐานยิ่งสูง จะยิ่งมีโอกาสในการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตสูง

(2) ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

เช่นเดียวกับ ข้อ (1) ผู้ใช้บริการที่มีรายจ่ายค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ยิ่งสูง โอกาสในการใช้อินเทอร์เน็ตยิ่งสูง

(3) การใช้งานโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ

ผู้ให้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ มีโอกาสที่จะตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่า ผู้ที่ไม่ใช้งานโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ ถึงร้อยละ 9.73

(4) เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากแบบจำลองพบว่า ผู้ใช้บริการเพศชาย มีโอกาสที่จะใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่า ผู้ใช้บริการเพศหญิง ถึงร้อยละ 3.56

(5) อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ให้บริการที่มีอายุ ยิ่งสูงขึ้น โอกาสที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตจะมีน้อยลง

(6) รายได้ต่อเดือน

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ยิ่งสูง โอกาสที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตจะเพิ่มสูงขึ้น ตามระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้น

(7) ระดับการศึกษา

การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งาน อินเทอร์เน็ต กล่าวคือ ผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป จะมีโอกาสใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้มีการศึกษต่ำกว่า ปริญญาตรี ร้อยละ 15.52

(8) เขตที่อยู่อาศัย

ผู้ให้บริการในเขตเทศบาลจะมีโอกาสตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงกว่า
ผู้ให้บริการนอกเขตเทศบาล ร้อยละ 4.82

รายละเอียด ดูได้จาก ตารางที่ 47 ซึ่งปัจจัยทั้ง 8 ทำให้โอกาสในการตัดสินใจใช้
อินเทอร์เน็ต เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสมมุติฐานที่วางไว้

ตารางที่ 48 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ต

(N=1,293)

ตัวแปร	β	S.E	Odds ratio	Marginal Effect (%)
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐาน (100 บาท)	0.205	0.035***	1.002	2.02
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (100 บาท)	0.102	0.035***	1.001	1.00
การใช้งานโทรศัพท์ทางไกลต่างประเทศ				
ไม่ใช้งาน ®				
ใช้งาน	1.769	0.794**	5.865	9.73
เพศ				
หญิง ®				
ชาย	0.363	0.185**	1.437	3.56
อายุ (ปี)	-0.103	0.007***	0.902	- 1.01
รายได้ต่อเดือน (1,000 บาท)	0.017	0.009*	1.000	0.17
ระดับการศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี ®				
ปริญญาตรีขึ้นไป	1.593	0.221***	4.921	15.52
เขตที่อยู่อาศัย				
นอกเขตเทศบาล ®				
ในเขตเทศบาล	0.453	0.195**	1.573	4.82
ค่าคงที่	2.183	0.288***		
Log likelihood = -400.255				
Pseudo R2 = 0.398				

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.10$; ® กลุ่มอ้างอิง (reference group)

บทที่ 14

การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ย ค่าใช้บริการโทรคมนาคม

การวิเคราะห์ด้วย T-test และ ANOVA-analysis

การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าใช้บริการโทรคมนาคมจากการสำรวจครั้งนี้ ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองค่าที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระจากกัน (Independent Sample) โดยการเลือกใช้ค่าสถิติ t สำหรับทดสอบค่าเฉลี่ยที่มาจากกลุ่มตัวอย่างที่แบ่งเป็นสองกลุ่ม โดยนำค่าเฉลี่ยที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มนั้นมาเปรียบเทียบกัน ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การสรุปว่า ค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มนั้นแตกต่างกันหรือไม่

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่แบ่งเป็นกลุ่มตั้งแต่สามกลุ่มขึ้นไป จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) แบบจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) และใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparison) ด้วยวิธีการ LSD

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าใช้บริการโทรคมนาคมเป็นสำคัญ โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ต

1. การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,395 คน จำแนกตามคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 49 พบว่า ผู้ที่ใช้งานและไม่ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มีค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดย ผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานมากกว่าผู้ที่ไม่ใช้งานประมาณ 108 บาท เช่นเดียวกับคุณลักษณะทางด้านการใช้งานอินเทอร์เน็ตและระดับการศึกษาที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้และไม่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 กล่าวคือ ผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานมากกว่าผู้ที่ไม่ใช้งานประมาณ 208 บาท ขณะเดียวกัน ผู้ที่จบการศึกษาดั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานสูงกว่าผู้ที่จบการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรีประมาณ 80 บาท นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้และไม่ใช้โทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศมีค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.001 โดยค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศมีจำนวนสูงกว่าค่าใช้บริการของผู้ที่ไม่ใช้บริการ

สำหรับคุณลักษณะทางด้านเพศ อายุ และเขตที่อยู่อาศัย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 49 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน

(N=1,395)

คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	ค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน (บาท/ เดือน)		ค่าสถิติ t หรือ F
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	
การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่			-3.10***
ไม่ใช้งาน	413.10	325.24	
ใช้งาน	520.89	467.89	
การใช้งานอินเทอร์เน็ต			-10.10***
ไม่ใช้งาน	354.10	252.37	
ใช้งาน	562.25	496.95	
การใช้งานโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ			-1.81*
ไม่ใช้งาน	503.97	429.46	
ใช้งาน	698.02	858.60	
เพศ			-0.03
ชาย	512.64	440.50	
หญิง	513.41	479.73	
อายุ			2.06
ต่ำกว่า 20 ปี	518.06	399.15	
20-39	531.77	451.58	
40 -59	517.64	599.64	
60 ปีขึ้นไป	431.15	407.68	
ระดับการศึกษา			-3.08***
ต่ำกว่าปริญญาตรี	478.57	378.51	
ปริญญาตรีขึ้นไป	558.77	546.40	
เขตที่อยู่อาศัย			-1.184
นอกเขตเทศบาล	490.42	377.72	
ในเขตเทศบาล	522.41	489.71	

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.10$

2. การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ตามตารางที่ 50 พบว่า ผู้ที่ใช้และไม่ใช้โทรศัพท์พื้นฐานมีค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยผู้ใช้โทรศัพท์พื้นฐานมีค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าผู้ที่ไม่ใช้งานประมาณ 116 บาท เช่นเดียวกับคุณลักษณะทางด้านการใช้งานอินเทอร์เน็ตและการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้และไม่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้และไม่ใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ มีค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 กล่าวคือ ผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าผู้ที่ไม่ใช้งานประมาณ 171 บาท ขณะเดียวกัน ค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศมีจำนวนสูงกว่าค่าใช้จ่ายของผู้ที่ไม่ใช้บริการกว่าเท่าตัว (ประมาณ 530 บาท)

สำหรับผลการทดสอบในคุณลักษณะทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา และเขตที่อยู่อาศัยต่างกัน มีค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 20 – 39 ปี มีค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนมากที่สุด (539 บาท) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าใช้บริการน้อยที่สุด (342 บาท) ด้านผู้ที่จบการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สูงกว่าผู้ที่จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีประมาณ 250 บาท ขณะเดียวกัน ผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลมีค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่น้อยกว่าผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลประมาณ 97 บาท ส่วนคุณลักษณะทางด้านเพศ ผลการวิเคราะห์พบว่า เพศชายและหญิงมีค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 50 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

(N=1,960)

คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	ค่าใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ (บาท/ เดือน)		ค่าสถิติ t หรือ F
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	
		มาตรฐาน	
การใช้งานโทรศัพท์พื้นฐาน			
ไม่ใช้งาน	376.63	360.90	-5.89***
ใช้งาน	492.53	498.22	
การใช้งานอินเทอร์เน็ต			
ไม่ใช้งาน	334.36	308.06	-9.23***
ใช้งาน	505.72	503.55	
การใช้งานโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ			
ไม่ใช้งาน	428.50	410.38	-5.527***
ใช้งาน	958.07	909.45	
เพศ			
ชาย	453.48	466.50	0.039
หญิง	452.68	452.13	
อายุ			
ต่ำกว่า 20 ปี	342.19	272.36	23.81***
20-39	539.01	504.81	
40 -59	469.36	576.86	
60 ปีขึ้นไป	368.98	339.02	
ระดับการศึกษา			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	352.72	297.82	-10.871***
ปริญญาตรีขึ้นไป	602.37	596.62	
เขตที่อยู่อาศัย			
นอกเขตเทศบาล	391.20	394.700	-4.797***
ในเขตเทศบาล	488.39	489.11	

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.10$

3. การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ต

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตโดยการทดสอบด้วยค่าสถิติ t หรือ F ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 51 พบว่า ปัจจัยการใช้งานโทรคมนาคมด้านต่างๆ และคุณลักษณะทั่วไปทางประชากรมีผลต่อความแตกต่างในค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อจำแนกปัจจัยการใช้งานโทรคมนาคมด้านต่างๆ ผู้ที่ใช้งานโทรศัพท์พื้นฐานจะมีค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้ที่ไม่ใช้บริการประมาณ 305.23 บาท เช่นเดียวกับผู้ที่ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะมีค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้ที่ไม่ใช้ ประมาณ 146.70 บาท ส่วนผู้ที่ใช้งานโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ จะมีค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตต่างจากผู้ที่ไม่ใช้ ประมาณ 100 บาท

ในด้านปัจจัยคุณลักษณะทางประชากร พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านระดับการศึกษาเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้นที่ไม่มีผลต่อความแตกต่างของค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาตามปัจจัยเพศ จะเห็นได้ว่า เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายแตกต่างจากชายประมาณ 70 บาท ในด้านอายุ ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะมีค่าใช้บริการแตกต่างกัน โดยผู้บริกรกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป จะมีค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตสูงที่สุด รองลงมาคือกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนกลุ่มอายุ 20 – 39 ปี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอายุอื่นๆ สำหรับปัจจัยเขตที่พักอาศัย ผู้ใช้บริการที่อยู่ในเขตเทศบาลมีค่าใช้จ่ายต่างจากผู้บริการที่อยู่นอกเขตเทศบาล โดยค่าใช้จ่ายจะสูงกว่าประมาณ 86 บาท

ตารางที่ 51 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ต

(N=1,418)

คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	ค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ต (บาท/ เดือน)		ค่าสถิติ t หรือ F
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	
การใช้งานโทรศัพท์พื้นฐาน			-13.91***
ไม่ใช้งาน	168.83	285.02	
ใช้งาน	474.06	517.09	
การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่			-2.28**
ไม่ใช้งาน	257.58	316.83	
ใช้งาน	404.29	493.61	
การใช้งานโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ			-1.81*
ไม่ใช้งาน	392.16	487.00	
ใช้งาน	490.91	501.21	
เพศ			-2.64***
ชาย	363.82	392.35	
หญิง	432.24	566.20	
อายุ			3.74**
ต่ำกว่า 20 ปี	432.21	587.75	
20-39	356.31	390.89	
40 -59	426.86	488.76	
60 ปีขึ้นไป	528.50	442.98	
ระดับการศึกษา			0.89
ต่ำกว่าปริญญาตรี	409.05	535.89	
ปริญญาตรีขึ้นไป	385.83	428.91	
เขตที่อยู่อาศัย			-3.110***
นอกเขตเทศบาล	339.31	605.30	
ในเขตเทศบาล	425.58	420.04	

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.10$

บทที่ 15

สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้ใช้บริการโทรคมนาคม

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้บริการโทรคมนาคมด้วยสมการถดถอยทางสถิติ (Regression Analysis) ในบทที่ 12 เพื่อหาอุปสงค์ของบริการเสียงทั้งทางโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้งอุปสงค์ของการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ส่วนในบทที่ 13 เป็นการการศึกษาความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay) ในการใช้บริการโทรคมนาคมจากการสำรวจ โดยพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจยกเลิกโทรศัพท์พื้นฐาน การตัดสินใจเปลี่ยน/ เพิ่มเลขหมายผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต และในบทที่ 14 การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าใช้บริการโทรคมนาคมจากการสำรวจ แบ่งเป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งจากการวิเคราะห์ทั้ง 3 บทดังกล่าว สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ 3 ส่วนที่สำคัญดังนี้

1. การใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน

จากการวิเคราะห์อุปสงค์ ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการใช้โทรศัพท์พื้นฐาน พบว่าการใช้โทรศัพท์พื้นฐานมีความยืดหยุ่นต่อรายได้ต่ำ กล่าวคือ เมื่อระดับรายได้ของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น การใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานก็จะเพิ่มขึ้นด้วย แต่ในอัตราที่น้อยกว่า ค่าของความยืดหยุ่นต่อรายได้ของการใช้โทรศัพท์พื้นฐานคำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.11 ดังนั้นหากรายได้ลดลงร้อยละ 1 ผู้ใช้โทรศัพท์พื้นฐานจะลดการใช้ลงเพียงร้อยละ 0.11 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่ม

ตัวอย่างนี้แสดงว่า ในทางเศรษฐศาสตร์ โทรศัพท์พื้นฐานถือเป็นสินค้าจำเป็น สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานแล้วเปลี่ยนมาใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงอย่างเดียว ที่พบว่า ครัวเรือนที่มีรายจ่ายโทรศัพท์พื้นฐานต่อเดือนยังสูง โอกาสที่จะยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานยิ่งน้อย โดยทุกๆ รายจ่ายค่าโทรศัพท์พื้นฐาน ที่เพิ่มขึ้น 100 บาท ต่อเดือน โอกาสที่จะยกเลิกโทรศัพท์พื้นฐานจะลดลง ร้อยละ 0.824 นอกจากนี้ ผลวิเคราะห์การตัดสินใจยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐาน ยังขึ้นกับปัจจัยอีก 7 ตัวคือ บริษัทโทรศัพท์ที่เลือกใช้บริการ ระดับความพึงพอใจการใช้บริการ ประสบการณ์เคยยกเลิกเลขหมายในอดีต มีการใช้อินเทอร์เน็ตควบคู่กับการมีโทรศัพท์พื้นฐาน ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม เขตที่อยู่อาศัยของครัวเรือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

ในด้านการทดแทนโทรศัพท์พื้นฐานด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้โทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง ปรากฏว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่สามารถทดแทนโทรศัพท์พื้นฐานได้ โดยวิเคราะห์ทางสถิติแล้วพบว่า เมื่อราคาค่าใช้โทรศัพท์พื้นฐานสูงขึ้น ผู้ใช้บริการจะไม่เพิ่มการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มาทดแทนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ หากพิจารณาการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการจะพบว่า ผู้ที่ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่จะมีค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจหมายความว่า ถึงแม้ว่าผู้ให้บริการจะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ยังคงมีการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานควบคู่กันด้วย

อย่างไรก็ตาม ในการเปรียบเทียบค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานยังพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในกลุ่มผู้ใช้งานและกลุ่มผู้ไม่ใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยกลุ่มผู้ใช้งานจะมีค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานสูงกว่าผู้ที่ไม่ใช้งาน ณ จุดนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่า ค่าใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของกลุ่มใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงกว่าเป็นเพราะการบริการขายพ่วง หรือการเหมารวมการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านทางบริการโทรศัพท์พื้นฐาน ซึ่งหากจะมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต การซื้อบริการขายพ่วง และ/หรือ บริการเสริมอินเทอร์เน็ตอื่นๆ ก็จะทำให้ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐานสูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งการศึกษาครั้งนี้อาจอธิบายผลได้เพียงเบื้องต้นเท่านั้น คงต้องอาศัยการศึกษาข้อมูลเชิงลึกในการแยกค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐานรวมทั้งบริการขายพ่วง และบริการเสริมต่างๆ ที่มากับโทรศัพท์พื้นฐานในระยะต่อไป

2. การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการวิเคราะห์อุปสงค์การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีความยืดหยุ่นต่อรายได้ค่อนข้างต่ำ ดังเห็นได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติของกลุ่มตัวอย่าง จะได้ค่าของความยืดหยุ่นต่อรายได้ของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีค่าเท่ากับ 0.29 เมื่อรายได้ลดลงร้อยละ 1 ผู้ใช้บริการจะลดการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงร้อยละ 0.29 แต่การลดการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในอัตราที่ต่ำกว่ารายได้ที่ลดลงนั้น แสดงว่าในสายตาของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นสินค้าที่จำเป็น แต่โดยเปรียบเทียบแล้วยังไม่เป็นสินค้าจำเป็นเท่ากับโทรศัพท์พื้นฐาน

สำหรับการทดแทนโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยโทรศัพท์พื้นฐาน จากข้อมูลที่ได้จากการสอบถามเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ควบคู่กับการใช้โทรศัพท์พื้นฐาน ไม่ปรากฏว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเปลี่ยนไปใช้โทรศัพท์พื้นฐานแทนอย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือในมุมมองของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์พื้นฐานไม่สามารถทดแทนโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ ฉะนั้นแสดงว่าความสามารถในการเคลื่อนที่ ทำให้ผู้บริโภคเห็นว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นสินค้าที่แตกต่างจากโทรศัพท์พื้นฐาน

ด้านค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามคุณลักษณะต่างๆ ทั้งด้านอายุ ระดับการศึกษา เขตที่อยู่อาศัย และการใช้บริการโทรคมนาคมด้านต่างๆ โดยผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต และผู้ที่ใช้งานโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ จะมีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สูงกว่าผู้ที่ไม่ใช่ ในขณะที่เดียวกันผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานด้วยจะมีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สูงกว่าผู้ที่ไม่ใช่เช่นกัน อาจกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ยังมีการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วย แสดงว่าผู้บริโภคยังใช้บริการโทรคมนาคมทั้งสองประเภทควบคู่กันไป

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เปลี่ยน / เพิ่ม เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า มีปัจจัยอยู่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจนี้คือ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความพึงพอใจการใช้บริการ การใช้โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (VoIP) ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ และประสบการณ์การยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยผู้ที่เคยยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะมีโอกาสที่จะตัดสินใจ เปลี่ยน / เพิ่ม เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ สูงกว่าผู้ที่ไม่เคยยกเลิกเลขหมายร้อยละ

7.85 อาจกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการที่เคยเปลี่ยน/ ยกเลิกเลขหมาย มีแนวโน้มจะเปลี่ยน/ ยกเลิกเลขหมายในอนาคตอีก

3. การใช้บริการอินเทอร์เน็ต

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตจากการสำรวจด้วยแบบจำลองสมการ Logit สามารถระบุได้ว่า มีปัจจัยรวม 8 ประการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐาน ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ การใช้งานโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ เพศ อายุ รายได้ (บาท/เดือน) ระดับการศึกษา และเขตที่อยู่อาศัย ซึ่งเมื่อผู้ให้บริการมีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์พื้นฐาน หรือค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สูงขึ้น จะยิ่งมีโอกาสในการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศจะเป็นกลุ่มบุคคลที่มีโอกาสตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าประมาณร้อยละ 9.73

สำหรับปัจจัยคุณลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุยิ่งสูงขึ้น โอกาสที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตจะน้อยลง แต่ในทางกลับกัน หากรายได้ของบุคคลยิ่งสูง โอกาสที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตจะเพิ่มสูงขึ้นตามระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการคือระดับการศึกษา โดยผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป จะมีโอกาสใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ประมาณร้อยละ 16 นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ยังพบว่า ผู้ที่อาศัยในเขตเทศบาลจะมีโอกาสตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงกว่า ผู้ที่อยู่นอกเขตเทศบาลร้อยละ 4.82 ซึ่งอาจเป็นเพราะโอกาสในการเข้าถึงโครงข่ายที่มีมากกว่าในเชิงพื้นที่การให้บริการของผู้ให้บริการโทรคมนาคม

นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยการใช้งานโทรคมนาคมด้านต่างๆ และคุณลักษณะทั่วไปดังกล่าว (ยกเว้นปัจจัยด้านระดับการศึกษา) มีผลต่อความแตกต่างในค่าเฉลี่ยค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วย โดยการใช้งานโทรศัพท์พื้นฐาน การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการใช้งานโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ จะทำให้มีค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้ที่ไม่ใช้งาน

ด้านการวิเคราะห์อุปสงค์การใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL ผลการสำรวจนี้พบว่า ไม่มีการทดแทนการใช้อินเทอร์เน็ตแบบ ADSL ด้วยแบบ GPRS แต่อย่างใด ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบ ADSL ที่ต้องการใช้ความเร็วสูงขึ้น จะเต็มใจจ่ายราคาค่าใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้น หากความเร็วของ ADSL สูงขึ้น 1 Mbs โดยเฉลี่ย ผู้ใช้บริการเต็มใจจ่ายราคาค่าใช้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.20 ส่วนปัจจัยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของบุคคล เพศ อายุและระดับการศึกษานั้นไม่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแต่อย่างใด แต่ในทางกลับกันเมื่อวิเคราะห์อุปสงค์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS จะพบว่า ปัจจัยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS เช่นเดียวกับตัวแปรราคา โดยค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS ต่อราคาค่าใช้จ่ายของอินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS เท่ากับ -0.96 ส่วนค่าความยืดหยุ่นต่อราคาค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตแบบ ADSL พบว่าไม่มีนัยสำคัญ ผลการวิเคราะห์แสดงว่า GPRS ไม่เป็นบริการที่สามารถทดแทน ADSL ได้ และบริการดังกล่าวเป็นสินค้าจำเป็น ในขณะที่อายุ เพศ และระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้บริการโทรคมนาคม วิทยุโทรทัศน์ ในยุคหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยี ดังที่ได้นำเสนอมา คณะผู้วิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติในการพัฒนาศักยภาพ ในการบริการโทรคมนาคมอย่างเหมาะสมโดยใช้พื้นฐานความพึงพอใจผู้บริโภค รวมทั้งการปรับปรุงมาตรการกำกับดูแลให้เป็นธรรมกับผู้บริโภคได้ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเจาะลึก และจำแนกแยกแยะรายละเอียดของรูปแบบการคิดค่าบริการ (Package) ต่างๆ ของบริการโทรคมนาคมและสื่อของผู้ให้บริการรายต่างๆ เนื่องจากผลการศึกษาค้นพบว่า ผู้บริโภคมีการใช้บริการโทรคมนาคมหลากหลายประเภทควบคู่กันไป ทั้งโทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์ทางไกล การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต รวมถึงการใช้เทคโนโลยีและสื่อหลอมรวมกับการสื่อสารในหลากหลายช่องทาง ซึ่งผู้บริโภคอาจไม่ทราบถึงข้อจำกัด เงื่อนไข ความได้เปรียบเสียเปรียบจากการใช้บริการเหมารวมต่างๆ ที่มีอยู่

2. กรณีการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ส่วนใหญ่พบว่า ยังคงมีการผูกฟ่วงโทรศัพท์พื้นฐานกับการใช้อินเทอร์เน็ตในที่พักอาศัย ในประเด็นนี้ควรดำเนินการศึกษาเพิ่มเติม ทั้งนี้เพราะอาจจะมีลักษณะของการเอาเปรียบผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีโทรศัพท์พื้นฐานอยู่แล้ว จึงไม่มีความจำเป็นต้องมีเพิ่มขึ้นมาอีกและมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากโทรศัพท์พื้นฐานที่เพิ่มขึ้นด้วย

3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงความสามารถในการเข้าถึงบริการโทรศัพท์สาธารณะของผู้บริโภค พบว่า มีผู้บริโภคเพียงร้อยละ 35.5 เท่านั้นที่ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ นับว่ามีผู้ใช้บริการไม่มากนัก อาจเป็นเพราะความสามารถในการเข้าถึงบริการซึ่งไม่เพียงพอในบางพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ห่างไกล จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อยและเป็นผู้มีที่อยู่อาศัยนอกเขตเทศบาล แต่ในปัจจุบันการติดตั้งโทรศัพท์สาธารณะมีการกระจุกตัวให้บริการเฉพาะสถานที่เท่านั้น เช่น สถานที่ราชการ ห้างสรรพสินค้า หรือมีการติดตั้งริมถนนใหญ่ ซึ่งไม่สะดวกในการใช้บริการ ดังนั้น จึงควรมีการพิจารณาในเรื่องการเพิ่มการให้บริการโทรศัพท์สาธารณะให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ห่างไกล เพื่อให้ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยและอยู่ในพื้นที่ห่างไกลสามารถใช้บริการได้อย่างทั่วถึง

4. ในส่วนของอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นมีลักษณะเป็นแพ็คเกจ (Package) ซึ่งยากกับผู้บริโภคในการแยกแยะว่าแพ็คเกจใดสามารถใช้บริการได้ในราคาที่ต่ำกว่ากัน ซึ่งผู้บริโภคอาจถูกเอาเปรียบจากผู้ให้บริการ และอาจมีการกำหนดราคาค่าบริการในลักษณะผูกขาดได้ ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาในเรื่องนี้ในเชิงลึก เพื่อให้ทราบถึงสถานะของการกำหนดราคาของผู้ให้บริการว่ามีลักษณะของการใช้อำนาจเหนือตลาดหรือไม่ ทั้งนี้เพราะข้อมูลจากการสำรวจพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 75 นั้นไม่เคยเปลี่ยนเลขหมาย ซึ่งน่าจะมาจาก 2 เหตุผล เหตุผลแรกคือไม่ต้องการที่จะเปลี่ยนเลขหมายการติดต่อ และเหตุผลที่สองคือไม่สามารถแยกแยะได้ว่าแพ็คเกจใดมีราคาถูกกว่ากัน

5. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการเพิ่มเติมในส่วนของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มธุรกิจ บริษัท ห้างร้าน ผู้ประกอบการ (Corporate) ต่างๆ เพิ่มเติม เพราะผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว ถือว่าเป็นผู้บริโภคกลุ่มสำคัญกลุ่มหนึ่งที่มีอัตราการใช้บริการโทรคมนาคมและสื่อค่อนข้างมาก รวมทั้งมีการใช้ในรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งหากมีการศึกษาพฤติกรรมดังกล่าวจะทำให้เห็นภาพพฤติกรรมการใช้บริการได้เป็นองค์รวมและชัดเจนมากขึ้น

6. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลและศึกษาเปรียบเทียบ รวมทั้งการติดตามผลของการให้บริการโทรคมนาคมต่างๆ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขการกำหนดมาตรการต่างๆ ให้เอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากที่สุด

ดังนั้น คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ควรมีการศึกษาในเชิงรุกจากข้อเสนอ
ดังที่กล่าวไป เพื่อให้การกำกับดูแลมาตรการต่างๆ มีความสอดคล้องและครอบคลุมกับ
ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมการปกครอง. 2551. “โครงสร้างข้อมูลสถิติประชากร (ปี พ.ศ.2551)”. <http://www.dopa.go.th/xstat/popstat.html> (สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2553).
- วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2552. ประชากรของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2551. http://www.cps.chula.ac.th/pop_info_2551/Image+Data/Population_statistics/Data/Population_Thailand_2551.pdf (สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2553).
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. 2552. ผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2552. http://pld.nectec.or.th/websrii/images/stories/documents/books/internetuser_2009.pdf (สืบค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2553).
- สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงการโทรคมนาคม สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. 2552. สรุปผลโครงการวิจัยความต้องการของตลาดบรอดแบนด์ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2552 – 2556. กรุงเทพฯ : สกทช.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. 2552. สารประชากร มหาวิทยาลัยมหิดล. ปีที่ 18 มกราคม 2552. <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/ipsr-th/download/Gazette2009TH.pdf> (สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2553).
- สุวิมล ติรกานนท์. 2546. การใช้สถิติในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2551. *สรุปผลที่สำคัญสำหรับการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการ
สื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2551*. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ภาษาต่างประเทศ

Aldebert M., Ivaldi M. and Roucolle C., 2004. "Telecommunications Demand and Pricing
Structure: An Econometric Analysis." *Telecommunication Systems*. 25 (1-2) :pp.
89-115.

Garbacz, C. and Thompson Jr, G. C., 2007. "Demand for telecommunication services in
developing countries." *Telecommunications Policy*, No.31, pp. 276 – 289.

Gujarati N. Damodar and Porter C. Dawn. 2009. *Basic Econometrics*. McGraw-Hill, 5th
Edition.

Krejcie. R.V. and Morgan. D.V. 1970. "*Determining Sample Size for Research Activities*"
Educational and Psychological Measurement.

Marinucci, M. and Perez-Amaral, T., 2005. "Econometric Modeling of Business
Telecommunications Demand Using Retina and Finite Mixtures."

Nakamura, A., Jitsuzumi, T. and Kawamura, M., 2007. "Estimation of Unbiased Price
Elasticity of Calling Demand: Sequential Estimation on Tokyo Metropolitan
Household." Study Program on Information and Communication Policies.

Sung, N. and Lee, Y., 2002. "Substitution between Mobile and Fixed Telephones in
Korea." *Review of Industrial Organization*, 20, pp. 367 – 374.

Swedish Post and Telecom. 2008. Use of telephony and the Internet by Swedes : Survey
of Individuals 2008. [http://www.pts.se/en-gb/Documents/Reports/Telephony/
2008/Individundersokningen-2008---PTS-ER-2008-24/](http://www.pts.se/en-gb/Documents/Reports/Telephony/2008/Individundersokningen-2008---PTS-ER-2008-24/) (สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม
2553).

- Takashima, Y. 1998. "An empirical study on substitution effects between cellular telephone and PHS in Japan."
- Telang, R. 2004. "An Empirical Analysis of Cellular Voice and Data Services." The Networks, Electronic Commerce, and Telecommunication Institute, Carnegie Mellon University.
- Ward, R. M. 1995. "Measurements of Market Power in Long Distance Telecommunications." Bureau of Economics Staff Report. Federal Trade Commission.
- Waverman, L., Meschi, M. and Fuss, M. 2005. "The Impact of Telecoms on Economic Growth in Developing Countries." Africa: The impact of mobile phones. The Vodafone Policy Paper Series, Number 2, pp. 10-22.
- _____. 1999. "Product Substitutability and Competition in Long-Distance Telecommunications." Economic Inquiry, Vol. 37, No. 4, October 1999, pp. 657 – 677.

ภาคผนวก

ตารางข้อมูลผลสำรวจพฤติกรรมผู้ให้บริการโทรคมนาคมและวิทยุโทรทัศน์
ในยุคหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยี Convergence ของประเทศไทย ปี 2553

ส่วนที่ 1 โทรศัพท์พื้นฐาน

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	100.0 (2,107)	100.0 (199)	100.0 (541)	100.0 (698)	100.0 (407)	100.0 (262)
1. การใช้บริการในที่พักอาศัย						
การมีโทรศัพท์พื้นฐาน						
ไม่มี	33.8	16.1	25.0	39.7	36.1	46.2
มี	66.2	83.9	75.0	60.3	63.9	53.8
บริษัทเครือข่ายที่ใช้เลือกบริการ (ใช้บริการได้มากกว่าหนึ่งบริษัท)						
TOT	65.6	61.1	59.3	72.6	65.7	66.7
True	8.9	37.4	2.2	4.4	4.4	11.9
TT&T	25.5	1.5	38.5	23.0	29.9	21.4
2. พฤติกรรมการใช้งาน						
การโทรเข้า-ออก						
ไม่ใช้	14.1	23.4	16.7	10.2	15.4	5.0
ใช้	85.9	76.6	83.3	89.8	84.6	95.0
การใช้เพื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต						
ไม่ใช้	39.5	34.7	39.9	34.9	46.2	45.4
ใช้	60.5	65.3	60.1	65.1	53.8	54.6
การได้รับ-ส่งโทรสาร						
ไม่ใช้	89.5	89.2	93.8	86.7	90.4	84.4
ใช้	10.5	10.8	6.2	13.3	9.6	15.6
จำนวนครั้งในการโทรออก (ต่อเดือน)	(967)	(106)	(291)	(297)	(171)	(102)
Mean	26.41	25.88	29.15	27.72	25.00	17.68
Median	15.00	10.00	15.00	15.00	12.00	10.00
Std. Deviation	47.79	46.48	61.93	46.42	33.68	15.90
Minimum	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00
Maximum	600.00	300.00	600.00	600.00	200.00	100.00

การให้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออกเฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
จำนวนนาทีที่ใช้งาน (ต่อเดือน)	(967)	(106)	(291)	(297)	(171)	(102)
Mean	220.05	190.24	302.43	194.99	218.06	92.25
Median	75.00	70.00	100.00	75.00	50.00	30.00
Std. Deviation	854.43	333.56	1,265.08	457.70	970.48	183.10
Minimum	1.00	2.00	3.00	1.00	2.00	1.00
Maximum	18,000.00	2,400.00	18,000.00	4,200.00	12,000.00	1,120.00
ค่าใช้บริการที่ชำระต่อเดือน	(1,395)	(167)	(406)	(421)	(260)	(141)
Mean	513.01	411.05	571.13	548.99	408.47	551.78
Median	400.00	300.00	600.00	340.00	300.00	500.00
Std. Deviation	459.73	394.43	306.00	654.83	305.43	377.17
Minimum	51.00	100.00	100.00	100.00	51.00	100.00
Maximum	5,000.00	3,500.00	2,500.00	5,000.00	1,700.00	2,000.00
3. การยกเลิกเลขหมาย	(1,395)	(167)	(406)	(421)	(260)	(141)
ไม่เคยยกเลิก	90.3	85.0	96.6	87.6	88.8	88.7
เคยยกเลิก	9.7	15.0	3.4	12.4	11.2	11.3
ระยะเวลาที่ยกเลิก	(136)	(25)	(14)	(52)	(29)	(16)
6 เดือนที่ผ่านมา	19.9	0.0	21.4	32.7	13.8	18.8
6 – 12 เดือนที่ผ่านมา	22.8	20.0	42.9	25.0	20.7	6.3
มากกว่า 1 ปีที่ผ่านมา	57.4	80.0	35.7	42.3	65.5	75.0
บริษัทผู้ให้บริการเดิมที่ยกเลิก	(136)	(25)	(14)	(52)	(29)	(16)
TOT	57.4	56.0	50.0	61.5	62.1	43.8
TRUE	8.8	24.0	0.0	5.8	3.4	12.5
TT&T	33.8	20.0	50.0	32.7	34.5	43.8
เหตุผลที่ยกเลิก	(136)	(25)	(14)	(52)	(29)	(16)
(ตอบได้มากกว่า 1 เหตุผล)						
เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย	47.8	44.0	35.7	40.4	62.1	62.5
การบริการไม่ดี	16.9	4.0	42.9	13.5	20.7	18.8
คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค	22.1	24.0	35.7	11.5	17.2	50.0
ไม่ต้องการใช้บริการเสริมอื่นๆ หรือบริการ ขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น	12.5	20.0	7.1	11.5	17.2	0.0
อื่นๆ	22.1	24.0	7.1	30.8	20.7	6.3

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
4. การเพิ่มเลขหมาย	(1,395)	(167)	(406)	(421)	(260)	(141)
ไม่เคยเพิ่มเลขหมาย	94.3	88.6	99.0	90.7	95.8	95.7
เคยเพิ่มเลขหมาย	5.7	11.4	1.0	9.3	4.2	4.3
ระยะเวลาที่เพิ่มเลขหมาย	(79)	(19)	(4)	(39)	(11)	(6)
6 เดือนที่ผ่านมา	15.2	5.3	0.0	17.9	27.3	16.7
6 – 12 เดือนที่ผ่านมา	21.5	10.5	75.0	17.9	18.2	50.0
มากกว่า 1 ปีที่ผ่านมา	63.3	84.2	25.0	64.1	54.5	33.3
บริษัทผู้ให้บริการที่เลือกใช้เพิ่ม	(79)	(19)	(4)	(39)	(11)	(6)
TOT	40.5	21.1	75.0	46.2	36.4	50.0
TRUE	27.8	78.9	0.0	7.7	9.1	50.0
TT&T	31.6	0.0	25.0	46.2	54.5	0.0
เหตุผลที่เพิ่มเลขหมาย	(79)	(19)	(4)	(39)	(11)	(6)
(ตอบได้มากกว่า 1 เหตุผล)						
ค่าบริการมีราคาถูก	17.7	10.5	25.0	12.8	18.2	66.7
มีคุณภาพ และเทคโนโลยีดี	17.7	15.8	25.0	10.3	18.2	66.7
มีระบบการบริการที่ดี	13.9	10.5	75.0	5.1	36.4	0.0
ต้องการใช้บริการเสริมอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต / โทรศัพท์	65.8	94.7	0.0	64.1	63.6	33.3
อื่นๆ	11.4	0.0	25.0	20.5	0.0	0.0
5. การประเมินความพึงพอใจ*	(1,395)	(167)	(406)	(421)	(260)	(141)
1) ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ	2.75	2.69	2.64	2.83	2.81	2.84
2) คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่าย สัญญาณ	2.80	2.87	2.68	2.85	2.88	2.77
3) คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ	2.50	2.33	2.36	2.62	2.60	2.52
4) ความหลากหลายในบริการต่างๆ	2.46	2.40	2.37	2.53	2.49	2.50
5) ความครอบคลุมเชิงพื้นที่	2.79	2.92	2.59	2.86	2.87	2.87
6) ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ	2.42	2.59	2.29	2.47	2.48	2.34
7) การบริการลูกค้า/ การสนับสนุน ทางด้านเทคนิค	2.44	2.32	2.32	2.56	2.54	2.38
8) ความเร็วในการเชื่อมต่อ	2.57	2.63	2.37	2.68	2.63	2.68
9) ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	2.50	2.59	2.41	2.57	2.53	2.41
10) ความหลากหลาย และความน่าสนใจ ของรายการส่งเสริมการขายที่มี	2.34	2.29	2.19	2.45	2.39	2.38
11) การได้รับส่วนลดจากค่าบริการเสริม อื่นๆ จากผู้ให้บริการเดียวกัน	2.15	2.14	2.05	2.17	2.25	2.26

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
6. การรับรู้ถึงจำนวนผู้ให้บริการ โทรศัพท์พื้นฐานในเขตที่พักอาศัย	(2,107)	(199)	(541)	(698)	(407)	(262)
ไม่ทราบจำนวน	15.5	7.5	8.7	24.5	10.8	18.7
ทราบ	84.5	92.5	91.3	75.5	89.2	81.3
<u>บริษัทที่ติดตั้งได้ (เฉพาะที่ทราบ)</u>	(1,781)	(184)	(494)	(527)	(363)	(213)
• TOT	91.8	86.4	93.1	91.7	91.7	93.9
• TRUE	21.7	70.7	7.7	20.3	19.6	19.2
• TT&T	59.7	19.6	79.1	49.3	66.4	63.8

* นำเสนอเป็นคะแนนค่าเฉลี่ย โดย 4 = พึงพอใจอย่างมาก และ 1 = ไม่พึงพอใจ

ส่วนที่ 2 โทรศัพท์สาธารณะ

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	100.0 (2,107)	100.0 (199)	100.0 (541)	100.0 (698)	100.0 (407)	100.0 (262)
1. การยกเลิกบริการโทรศัพท์สาธารณะ						
ไม่ควรถูกเลิก	87.9	93.0	81.3	92.4	88.5	84.7
ควรถูกเลิก	12.1	7.0	18.7	7.6	11.5	15.3
เหตุผลที่ไม่ควรเลิก						
(ตอบได้มากกว่า 1 เหตุผล)	(1,852)	(185)	(440)	(645)	(360)	(222)
มีความจำเป็นต้องใช้บริการอยู่	94.7	90.3	98.4	93.8	91.4	99.1
สำรองเวลาเมื่อเหตุฉุกเฉิน	9.3	20.5	3.2	9.1	12.2	8.1
เหตุผลที่ควรเลิก						
(ตอบได้มากกว่า 1 เหตุผล)	(255)	(14)	(101)	(53)	(47)	(40)
ใช้งานไม่สะดวก	50.6	57.1	58.4	47.2	29.8	57.5
ไม่มีความจำเป็นต้องใช้บริการ	84.3	92.9	94.1	60.4	85.1	87.5
(ปกติใช้โทรศัพท์ประเภทอื่นมากกว่า)						
อื่นๆ	4.3	7.1	5.0	5.7	2.1	2.5
2. พฤติกรรมการใช้บริการ						
ไม่ใช้บริการ	64.5	65.3	73.8	58.9	62.4	62.6
ใช้บริการ	35.5	34.7	26.2	41.1	37.6	37.4
บริษัทผู้ให้บริการที่เลือกใช้						
(ใช้ได้มากกว่า 1 บริษัท)	(866)	(89)	(156)	(310)	(187)	(124)
TOT	62.0	48.3	67.9	69.4	47.6	67.7
TRUE	5.3	30.3	2.6	1.3	3.7	3.2
TT&T	17.0	2.2	19.9	12.9	23.5	24.2
ไม่ทราบบริษัท	15.7	19.1	9.6	16.5	25.1	4.8
ประเภทการใช้บริการ						
(866)	(89)	(156)	(310)	(187)	(124)	
หยอดเหรียญ	97.8	97.8	96.8	98.1	97.3	99.2
บัตร	2.2	2.2	3.2	1.9	2.7	0.8

การให้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
จำนวนนาทีที่ใช้งานต่อเดือน	(749)	(69)	(142)	(287)	(153)	(98)
Mean	34.51	19.49	22.80	33.80	37.50	59.49
Median	12.00	6.00	10.00	15.00	15.00	20.00
Std. Deviation	82.78	53.02	40.65	64.66	69.88	165.76
Minimum	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	2.00
Maximum	1,500.00	425.00	400.00	700.00	400.00	1,500.00
ค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการ	(749)	(69)	(142)	(287)	(153)	(98)
Mean	22.99	12.83	22.23	23.69	22.25	30.40
Median	10.00	6.00	10.00	10.00	10.00	15.00
Std. Deviation	48.77	28.25	51.89	51.30	36.79	62.11
Minimum	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00
Maximum	600.00	210.00	450.00	600.00	300.00	500.00
3. การประเมินความพึงพอใจ การให้บริการ *	(749)	(69)	(142)	(287)	(153)	(98)
1) ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ	2.75	2.46	2.89	2.80	2.57	2.89
2) คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่าย สัญญาณ	2.74	2.33	2.75	2.83	2.73	2.81
3) ความครอบคลุมเชิงพื้นที่	2.80	2.59	2.65	2.87	2.84	2.88
4) ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ	2.64	2.58	2.53	2.74	2.59	2.67
5) การบริการลูกค้า/ การสนับสนุน ทางด้านเทคนิค	2.34	2.10	2.40	2.37	2.29	2.41
6) ความเร็วในการเชื่อมต่อ	2.59	2.28	2.49	2.65	2.63	2.72

* นำเสนอเป็นคะแนนเฉลี่ย โดย 4 = พึงพอใจอย่างมาก และ 1 = ไม่พึงพอใจ

ส่วนที่ 3 โทรศัพท์เคลื่อนที่

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	100.0 (2,107)	100.0 (199)	100.0 (541)	100.0 (698)	100.0 (407)	100.0 (262)
1. พฤติกรรมการใช้บริการ						
ไม่ใช้	7.0	3.0	5.0	6.6	7.9	13.7
ใช้	93.0	97.0	95.0	93.4	92.1	86.3
บริษัทเครือข่ายที่ใช้เลือกบริการ (ใช้บริการได้มากกว่าหนึ่งบริษัท)						
AIS	42.0	37.0	53.8	43.3	31.2	37.8
DTAC	38.1	37.4	28.5	45.9	37.7	36.7
TRUE MOVE	18.0	22.6	17.0	10.1	26.4	23.7
CAT HUTCH	1.9	3.0	0.7	0.7	4.7	1.8
เหตุผลที่เลือกใช้บริการ (เลือกได้มากกว่าหนึ่งเหตุผล)						
1) อัตราค่าบริการราคาถูกกว่า	67.2	47.2	89.1	58.1	65.3	64.2
2) มีการคิดค่าบริการที่คงที่ในการโทร ออก สามารถตรวจสอบได้	34.4	26.9	44.9	25.3	35.2	42.0
3) เป็นบริษัทที่ตั้งขึ้นมายาวนานและ เป็นที่รู้จักดีในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่	31.8	27.5	44.2	21.5	29.9	40.3
4) มีเครือข่ายครอบคลุมทุกพื้นที่	64.1	60.6	78.6	55.8	60.5	63.7
5) สัญญาณเสียงคมชัด สะดวกในการ ติดต่อ	58.9	55.4	76.8	45.9	60.0	57.1
6) มีประเภทการให้บริการที่เหมาะสม กับความต้องการของท่าน	39.2	45.6	41.2	27.6	46.9	49.6
7) มีการบริการลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ	25.2	29.0	29.2	19.9	24.5	29.2
8) ได้รับการแนะนำจากเพื่อน/ คนรู้จัก/ ครอบครัว	26.7	27.5	24.2	31.7	24.5	21.2
9) อื่นๆ	2.2	2.6	0.8	3.7	1.6	2.2
ประเภทการชำระเงิน (ใช้บริการได้มากกว่าหนึ่งเลขหมาย)						
เติมเงิน	80.7	56.6	89.5	84.4	74.2	86.3
รายเดือน	19.3	43.4	10.5	15.6	25.8	13.7

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ค่าใช้จ่ายรวมทุกเลขหมายเฉลี่ย ต่อเดือน	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
Mean	453.09	626.97	412.31	437.51	467.15	418.91
Median	300.00	450.00	399.50	300.00	300.00	300.00
Std. Deviation	459.36	580.75	226.27	584.39	436.64	309.33
Minimum	30.00	70.00	50.00	30.00	50.00	50.00
Maximum	8,000.00	4,100.00	1,550.00	8,000.00	4,000.00	2,100.00
การโทรออก	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
ไม่ใช้	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ใช้	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
จำนวนนาทีที่ใช้งานต่อเดือน	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
Mean	756.27	750.60	856.72	645.31	793.31	791.31
Median	450.00	300.00	600.00	300.00	400.00	300.00
Std. Deviation	1,267.62	1,107.96	816.17	1,185.56	1,751.11	1,482.63
Minimum	3.00	3.00	30.00	4.00	10.00	10.00
Maximum	30,000.00	9,000.00	5,400.00	18,000.00	30,000.00	12,600.00
ค่าใช้บริการต่อเดือน	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
Mean	411.71	552.82	382.83	392.82	427.09	385.84
Median	300.00	390.00	350.00	300.00	300.00	300.00
Std. Deviation	423.66	541.36	205.96	542.03	395.89	290.33
Minimum	10.00	30.00	50.00	10.00	30.00	35.00
Maximum	7,900.00	4,000.00	1,450.00	7,900.00	3,990.00	2,050.00
การส่ง SMS-MMS	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
ไม่ใช้	53.2	43.5	50.4	56.0	51.2	62.8
ใช้	46.8	56.5	49.6	44.0	48.8	37.2
จำนวนครั้งที่ใช้งานต่อเดือน	(918)	(109)	(255)	(287)	(183)	(84)
Mean	36.35	47.64	40.29	36.91	31.06	19.33
Median	25.00	30.00	30.00	20.00	10.00	10.00
Std. Deviation	61.75	66.75	28.09	76.64	75.13	27.06
Minimum	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00
Maximum	900.00	300.00	150.00	900.00	900.00	150.00

การให้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ค่าใช้บริการต่อเดือน	(918)	(109)	(255)	(287)	(183)	(84)
Mean	43.76	42.69	46.13	45.44	40.13	40.14
Median	22.50	10.00	50.00	20.00	20.00	20.00
Std. Deviation	71.91	94.55	44.14	83.74	74.15	56.93
Minimum	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Maximum	1,000.00	800.00	250.00	1,000.00	810.00	300.00
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
ไม่ใช้	82.6	65.3	87.9	81.0	84.5	86.7
ใช้	17.4	34.7	12.1	19.0	15.5	13.3
จำนวนนาทีที่ใช้งานต่อเดือน	(341)	(67)	(62)	(124)	(58)	(30)
Mean	1,899.27	2,863.96	569.47	1,755.38	2,554.02	1,822.00
Median	600.00	600.00	225.00	600.00	600.00	1,800.00
Std. Deviation	4,695.96	7,724.85	654.91	3,362.73	5,673.13	1,930.81
Minimum	3.00	10.00	12.00	7.00	3.00	20.00
Maximum	43,200.00	43,200.00	3,000.00	30,000.00	34,200.00	8,400.00
ค่าใช้บริการต่อเดือน	(341)	(67)	(62)	(124)	(58)	(30)
Mean	137.01	134.34	53.05	117.97	247.22	182.07
Median	50.00	50.00	0.0	99.00	99.50	100.00
Std. Deviation	411.44	197.24	115.79	180.77	902.02	295.06
Minimum	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Maximum	6,900.00	999.00	561.00	1,800.00	6,900.00	1,449.00
ช่วงเวลาที่ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
08.01 – 16.00 น.	48.4	51.8	40.7	52.1	52.0	46.0
16.01 – 22.00 น.	43.5	37.3	48.6	39.1	43.2	50.0
22.01 – 08.00 น.	8.2	10.9	10.7	8.7	4.8	4.0
2. การเปลี่ยน/ ยกเลิกบริษัทผู้ ให้บริการ	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
ไม่เคยเปลี่ยน/ ยกเลิก	75.2	64.2	85.0	71.3	73.3	76.1
เคยเปลี่ยน/ ยกเลิก	24.8	35.8	15.0	28.7	26.7	23.9
ระยะเวลาที่เปลี่ยน/ ยกเลิกเลขหมาย	(487)	(69)	(77)	(187)	(100)	(54)
6 เดือนที่ผ่านมา	23.4	10.1	46.8	21.4	15.0	29.6
6 - 12 เดือนที่ผ่านมา	22.2	18.8	26.0	21.9	24.0	18.5
มากกว่า 1 ปีที่ผ่านมา	54.4	71.0	27.3	56.7	61.0	51.9

การให้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
บริษัทผู้ให้บริการที่ได้ทำการเปลี่ยน/ ยกเลิก	(487)	(69)	(77)	(187)	(100)	(54)
AIS	41.1	36.2	33.8	48.7	36.0	40.7
DTAC	30.6	31.9	41.6	27.8	29.0	25.9
TRUE MOVE	24.4	23.2	19.5	21.9	30.0	31.5
CAT HUTCH	3.3	7.2	5.2	0.5	5.0	1.9
THAI MOBILE	0.6	1.4	0.0	1.1	0.0	0.0
เหตุผลที่เปลี่ยน/ ยกเลิกเลขหมาย (เลือกได้มากกว่าหนึ่งเหตุผล)	(487)	(69)	(77)	(187)	(100)	(54)
1) ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย	54.2	47.8	67.5	43.9	62.0	64.8
2) การบริการไม่ดี	18.1	27.5	40.3	9.1	11.0	18.5
3) คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้าน เทคนิค	22.4	33.3	37.7	13.9	21.0	18.5
4) เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุก พื้นที่	37.2	37.7	57.1	27.3	42.0	33.3
5) ไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขาย พ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น	6.0	2.9	1.3	7.5	4.0	14.8
6) อื่นๆ	12.5	8.7	5.2	23.5	5.0	3.7
3. การเปลี่ยน/ เพิ่มบริษัทผู้ให้บริการ	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
ไม่คิดเปลี่ยน/ เพิ่ม	89.0	82.9	92.8	88.8	87.2	88.9
คิดเปลี่ยน/ เพิ่ม	11.0	17.1	7.2	11.2	12.8	11.1
บริษัทผู้ให้บริการที่คิดจะเปลี่ยน/ เพิ่ม	(216)	(33)	(37)	(73)	(48)	(25)
AIS	26.9	21.2	45.9	23.3	18.8	32.0
DTAC	38.0	48.5	24.3	46.6	29.2	36.0
TRUE MOVE	28.2	24.2	29.7	30.1	31.3	20.0
CAT HUTCH	6.0	3.0	0.0	0.0	20.8	8.0
THAI MOBILE	0.9	3.0	0.0	0.0	0.0	4.0

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
เหตุผลที่จะเปลี่ยน/ เพิ่มเลขหมาย (เลือกได้มากกว่าหนึ่งเหตุผล)	(216)	(33)	(37)	(73)	(48)	(25)
1) ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย/ อัตราค่าบริการผู้ให้บริการรายอื่นถูกกว่า	56.9	54.5	32.4	65.8	68.8	48.0
2) การบริการของผู้ให้บริการรายอื่นดีกว่า	16.2	12.1	16.2	12.3	14.6	36.0
3) เทคโนโลยีผู้ให้บริการรายอื่นมีคุณภาพสูงกว่า	17.6	12.1	16.2	19.2	12.5	32.0
4) เครือข่ายสัญญาณผู้ให้บริการรายอื่นดีกว่า	34.3	21.2	62.2	28.8	27.1	40.0
5) ต้องการใช้บริการเสริมอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต / โทรศัพท์	25.9	48.5	27.0	23.3	18.8	16.0
6) อื่นๆ	5.6	6.1	0.0	8.2	6.3	4.0
4. การประเมินความพึงพอใจ*	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
1) ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ	3.04	2.97	3.02	3.10	3.06	2.99
2) คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ	3.06	3.08	3.02	3.09	3.10	2.95
3) คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ	2.74	2.78	2.63	2.80	2.83	2.67
4) ความหลากหลายในบริการต่างๆ	2.73	2.81	2.53	2.81	2.81	2.75
5) ความครอบคลุมเชิงพื้นที่	2.97	3.17	2.81	2.99	3.07	2.91
6) ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ	2.62	2.54	2.52	2.70	2.69	2.57
7) การบริการลูกค้า/ การสนับสนุนทางเทคนิค	2.63	2.79	2.49	2.73	2.63	2.57
8) ความเร็วในการเชื่อมต่อ	2.76	2.76	2.60	2.84	2.85	2.77
9) ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	2.60	2.74	2.50	2.65	2.62	2.55
10) ความหลากหลาย และความน่าสนใจของรายการส่งเสริมการขายที่มี	2.52	2.61	2.33	2.57	2.66	2.54
11) การได้รับส่วนลดจากค่าบริการเสริมอื่นๆ จากผู้ให้บริการเดียวกัน	2.31	2.37	2.15	2.34	2.41	2.36

* นำเสนอเป็นคะแนนเฉลี่ย โดย 4 = พึงพอใจอย่างมาก และ 1 = ไม่พึงพอใจ

ส่วนที่ 4 โทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศ

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	100.0 (2,107)	100.0 (199)	100.0 (541)	100.0 (698)	100.0 (407)	100.0 (262)
1. พฤติกรรมการใช้บริการ						
ไม่ใช้	67.7	67.3	75.8	62.5	63.9	71.0
ใช้	32.3	32.7	24.2	37.5	36.1	29.0
จำนวนนาทีที่ใช้งานต่อเดือน						
Mean	188.21	205.77	120.24	213.53	165.48	247.05
Median	60.00	90.00	50.00	60.00	100.00	60.00
Std. Deviation	497.59	356.50	284.49	490.69	205.42	1,030.03
Minimum	2.00	2.00	5.00	3.00	2.00	3.00
Maximum	9,000.00	1,800.00	2,700.00	5,400.00	1,500.00	9,000.00
ค่าใช้บริการต่อเดือน						
Mean	177.26	190.83	148.53	185.06	172.50	197.50
Median	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	150.00
Std. Deviation	257.93	214.57	148.63	335.03	216.94	202.74
Minimum	0.0	6.00	10.00	3.00	0.0	10.00
Maximum	4,000.00	1,300.00	1,200.00	4,000.00	2,000.00	1,200.00
การใช้ผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน						
ไม่ใช้	76.4	75.4	67.2	78.6	83.7	71.1
ใช้	23.6	24.6	32.8	21.4	16.3	28.9
จำนวนนาทีที่ใช้งานต่อเดือน						
Mean	94.55	146.88	66.21	129.11	47.17	75.59
Median	30.00	45.00	40.00	30.00	30.00	30.00
Std. Deviation	214.17	241.20	134.42	308.65	66.94	86.75
Minimum	2.00	3.00	10.00	5.00	2.00	3.00
Maximum	1,800.00	900.00	900.00	1,800.00	300.00	300.00
ค่าใช้บริการต่อเดือน						
Mean	154.46	177.81	123.14	180.68	83.13	209.77
Median	100.00	80.00	100.00	100.00	80.00	100.00
Std. Deviation	187.01	182.66	102.83	213.87	63.10	289.90
Minimum	0.00	10.00	30.00	5.00	0.00	15.00
Maximum	1,000.00	500.00	600.00	1,000.00	200.00	1,000.00

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
การใช้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	(681)	(65)	(131)	(262)	(147)	(76)
ไม่ใช้	12.0	7.7	19.1	11.5	7.5	14.5
ใช้	88.0	92.3	80.9	88.5	92.5	85.5
จำนวนนาทีที่ใช้งานต่อเดือน	(599)	(60)	(106)	(232)	(136)	(65)
Mean	184.88	183.75	121.75	197.70	175.26	263.28
Median	60.00	67.50	50.00	60.00	100.00	60.00
Std. Deviation	503.01	308.76	249.19	478.37	214.10	1,112.71
Minimum	2.00	2.00	5.00	3.00	6.00	3.00
Maximum	9,000.00	1,800.00	1,800.00	5,400.00	1,500.00	9,000.00
ค่าใช้บริการต่อเดือน	(599)	(60)	(106)	(232)	(136)	(65)
Mean	163.04	159.32	133.60	169.81	177.57	159.92
Median	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	120.00
Std. Deviation	238.89	163.78	116.07	320.87	219.85	103.81
Minimum	0.00	6.00	10.00	3.00	0.00	10.00
Maximum	4,000.00	800.00	600.00	4,000.00	2,000.00	500.00
รวมทั้งภายในประเทศทั้งหมด						
จำนวนนาทีที่ใช้งานต่อเดือน (รวม)	(161)	(16)	(43)	(56)	(24)	(22)
Mean	94.55	146.88	66.21	129.11	47.17	75.59
Median	30.00	45.00	40.00	30.00	30.00	30.00
Std. Deviation	214.17	241.20	134.42	308.65	66.94	86.75
Minimum	2.00	3.00	10.00	5.00	2.00	3.00
Maximum	1,800.00	900.00	900.00	1,800.00	300.00	300.00
ค่าใช้บริการต่อเดือน (รวม)	(161)	(16)	(43)	(56)	(24)	(22)
Mean	154.46	177.81	123.14	180.68	83.13	209.77
Median	100.00	80.00	100.00	100.00	80.00	100.00
Std. Deviation	187.01	182.66	102.83	213.87	63.10	289.90
Minimum	0.00	10.00	30.00	5.00	0.00	15.00
Maximum	1,000.00	500.00	600.00	1,000.00	200.00	1,000.00
เฉพาะผู้ใช้ทั้งสองช่องทาง						
จำนวนนาทีที่ใช้งานต่อเดือน (รวม)	(79)	(11)	(18)	(26)	(13)	(11)
Mean	259.44	404.27	266.78	272.58	197.31	145.00
Median	100.00	90.00	120.00	82.50	95.00	110.00
Std. Deviation	434.19	555.47	612.38	395.23	247.37	132.00
Minimum	14.00	14.00	45.00	15.00	17.00	40.00
Maximum	2,700.00	1,650.00	2,700.00	1,200.00	755.00	450.00

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ค่าใช้บริการต่อเดือน (รวม)	(79)	(11)	(18)	(26)	(13)	(11)
Mean	342.19	335.45	321.94	395.31	213.85	408.18
Median	250.00	150.00	260.00	225.00	220.00	290.00
Std. Deviation	370.92	383.08	248.37	511.04	129.26	338.02
Minimum	10.00	40.00	100.00	10.00	40.00	150.00
Maximum	2,000.00	1,300.00	1,200.00	2,000.00	500.00	1,200.00
2. การประเมินความพึงพอใจ*	(681)	(65)	(131)	(262)	(147)	(76)
1) ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ	2.94	2.72	3.00	2.93	3.02	2.92
2) คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ	2.98	2.92	3.00	3.01	2.99	2.87
3) คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ	2.65	2.38	2.60	2.67	2.78	2.63
4) ความหลากหลายในบริการต่างๆ	2.61	2.46	2.50	2.63	2.72	2.59
5) ความครอบคลุมเชิงพื้นที่	2.91	2.94	2.72	2.98	3.00	2.83
6) ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ	2.60	2.54	2.48	2.69	2.71	2.34
7) การบริการลูกค้า/ การสนับสนุน ทางด้านเทคนิค	2.63	2.74	2.53	2.67	2.65	2.58
8) ความเร็วในการเชื่อมต่อ	2.81	2.86	2.72	2.88	2.80	2.70
9) ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	2.62	2.66	2.55	2.62	2.72	2.53
10) ความหลากหลาย และความ น่าสนใจของรายการส่งเสริมการ ขายที่มี	2.42	2.51	2.27	2.40	2.57	2.41
11) การได้รับส่วนลดจากค่าบริการ เสริมอื่นๆ จากผู้ให้บริการเดียวกัน	2.29	2.40	2.11	2.27	2.45	2.25

* นำเสนอเป็นคะแนนเฉลี่ย โดย 4 = พึงพอใจอย่างมาก และ 1 = ไม่พึงพอใจ

ส่วนที่ 5 โทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	100.0 (2,107)	100.0 (199)	100.0 (541)	100.0 (698)	100.0 (407)	100.0 (262)
1. พฤติกรรมการใช้บริการ						
ไม่ใช้	95.6	87.9	99.3	95.4	94.6	96.2
ใช้	4.4	12.1	0.7	4.6	5.4	3.8
ระบบต่อตรง						
	(92)	(24)	(4)	(32)	(22)	(10)
ไม่ใช้	16.3	12.5	25.0	15.6	18.2	20.0
ใช้	83.7	87.5	75.0	84.4	81.8	80.0
การใช้ผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน						
	(24)	(7)	(2)	(7)	(6)	(2)
<u>ผู้ให้บริการที่เลือกใช้</u>						
001 CAT	20.8	28.6	0.0	28.6	16.7	0.0
003 TOT	12.5	0.0	100.0	14.3	0.0	0.0
007 TOT	4.2	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0
008 TOT	37.5	42.9	0.0	28.6	50.0	50.0
009 CAT	25.0	28.6	0.0	28.6	16.7	50.0
จำนวนนาทีที่ใช้งานต่อเดือน						
	(24)	(7)	(2)	(7)	(6)	(2)
Mean	72.96	114.00	46.00	38.00	44.17	165.00
Median	36.00	10.00	46.00	16.00	50.00	165.00
Std. Deviation	101.80	154.47	19.80	42.42	27.64	190.92
Minimum	1.00	1.00	32.00	5.00	10.00	30.00
Maximum	360.00	360.00	60.00	120.00	80.00	300.00
ค่าใช้บริการต่อเดือน						
	(24)	(7)	(2)	(7)	(6)	(2)
Mean	418.79	760.00	178.00	290.71	273.33	350.00
Median	175.00	200.00	178.00	300.00	125.00	350.00
Std. Deviation	679.30	1,174.89	110.31	244.10	361.75	353.55
Minimum	20.00	20.00	100.00	20.00	50.00	100.00
Maximum	3,000.00	3,000.00	256.00	590.00	1,000.00	600.00

การให้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
การใช้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	(60)	(15)	(2)	(22)	(15)	(6)
ผู้ให้บริการที่เลือกใช้						
กดเครื่องหมายบวก [+]	25.0	33.3	50.0	9.1	26.7	50.0
001 CAT	10.0	13.3	0.0	4.5	13.3	16.7
004 DTAC	18.3	0.0	50.0	40.9	6.7	0.0
005 AIS	5.0	0.0	0.0	13.6	0.0	0.0
006 True	15.0	26.7	0.0	4.5	26.7	0.0
007 TOT	1.7	0.0	0.0	4.5	0.0	0.0
008 TOT	8.3	6.7	0.0	13.6	6.7	0.0
009 CAT	16.7	20.0	0.0	9.1	20.0	33.3
จำนวนนาทีที่ใช้งานต่อเดือน	(60)	(15)	(2)	(22)	(15)	(6)
Mean	76.98	53.80	287.50	29.91	157.93	35.00
Median	20.00	10.00	287.50	20.00	15.00	17.50
Std. Deviation	240.28	80.43	328.80	28.71	457.43	36.06
Minimum	1.00	3.00	55.00	3.00	1.00	10.00
Maximum	1,800.00	300.00	520.00	100.00	1,800.00	100.00
ค่าใช้บริการต่อเดือน	(60)	(15)	(2)	(22)	(15)	(6)
Mean	246.73	380.93	325.00	185.00	204.67	216.67
Median	150.00	200.00	325.00	100.00	150.00	175.00
Std. Deviation	306.14	509.80	247.49	156.01	235.61	169.31
Minimum	14.00	14.00	150.00	20.00	50.00	50.00
Maximum	2,000.00	2,000.00	500.00	600.00	1,000.00	500.00
รวมการใช้ระบบต่อตรงทั้งทางประจำที่ และเคลื่อนที่						
จำนวนนาทีที่ใช้งานต่อเดือน	(77)	(21)	(3)	(27)	(18)	(8)
Mean	82.73	76.43	222.33	34.22	146.33	67.50
Median	20.00	10.00	55.00	20.00	27.50	25.00
Std. Deviation	220.25	110.78	309.96	35.12	416.67	98.78
Minimum	1.00	1.00	32.00	3.00	1.00	10.00
Maximum	1,800.00	360.00	580.00	120.00	1,800.00	300.00

การให้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ค่าใช้บริการต่อเดือน	(77)	(21)	(3)	(27)	(18)	(8)
Mean	322.79	525.43	335.33	226.11	261.67	250.00
Median	200.00	200.00	256.00	100.00	200.00	175.00
Std. Deviation	463.85	785.91	142.64	204.07	282.39	205.29
Minimum	14.00	14.00	250.00	20.00	50.00	50.00
Maximum	3,000.00	3,000.00	500.00	650.00	1,000.00	600.00
ระบบใช้บัตรโทรศัพท์	(92)	(24)	(4)	(32)	(22)	(10)
ไม่ใช้	74.7	75.0	60.0	79.4	77.3	60.0
ใช้	25.3	25.0	40.0	20.6	22.7	40.0
เหตุผลที่ใช้ (ตอบได้มากกว่าหนึ่งคำตอบ)	(24)	(6)	(2)	(7)	(5)	(4)
ราคาถูก	58.3	83.3	0.0	28.6	100.0	50.0
สะดวก	70.8	66.7	100.0	71.4	60.0	75.0
มีประสิทธิภาพดี	33.3	50.0	100.0	0.0	40.0	25.0
จำนวนนาฬิกาที่ใช้งานต่อเดือน	(24)	(6)	(2)	(7)	(5)	(4)
Mean	242.17	65.83	910.50	33.71	419.60	315.50
Median	30.00	65.00	910.50	5.00	28.00	50.00
Std. Deviation	559.65	45.65	1,257.94	55.24	883.54	549.89
Minimum	3.00	15.00	21.00	3.00	10.00	22.00
Maximum	2,000.00	120.00	1,800.00	150.00	2,000.00	1,140.00
ค่าใช้บริการต่อเดือน	(24)	(6)	(2)	(7)	(5)	(4)
Mean	340.42	388.33	210.00	515.71	142.00	275.00
Median	200.00	300.00	210.00	100.00	200.00	200.00
Std. Deviation	603.95	336.48	14.14	1,099.50	79.50	150.00
Minimum	10.00	30.00	200.00	10.00	50.00	200.00
Maximum	3,000.00	1,000.00	220.00	3,000.00	200.00	500.00
รวมการใช้ระบบต่อตรงและบัตร						
จำนวนนาฬิกาที่ใช้งานต่อเดือน	(9)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)
Mean	570.44	238.33	601.00	64.00	2,180.00	755.00
Median	315.00	240.00	601.00	64.00	2,180.00	755.00
Std. Deviation	695.19	77.51	0.00	79.20	0.00	586.90
Minimum	8.00	160.00	601.00	8.00	2,180.00	340.00
Maximum	2,180.00	315.00	601.00	120.00	2,180.00	1,170.00

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ค่าใช้บริการต่อเดือน	(9)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)
Mean	750.00	1,366.67	470.00	315.00	450.00	550.00
Median	600.00	1,200.00	470.00	315.00	450.00	550.00
Std. Deviation	665.38	862.17	0.00	9403.05	0.00	353.55
Minimum	30.00	600.00	470.00	30.00	450.00	300.00
Maximum	2,300.00	2,300.00	470.00	600.00	450.00	800.00
2. การประเมินความพึงพอใจ*	(95)	(24)	(5)	(34)	(22)	(10)
1) ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ	2.66	2.54	3.20	2.50	2.68	3.20
2) คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ	2.77	2.92	3.20	2.56	2.68	3.10
3) คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ	2.51	2.38	3.00	2.44	2.50	2.80
4) ความหลากหลายในบริการต่างๆ	2.53	2.33	3.00	2.53	2.59	2.60
5) ความครอบคลุมเชิงพื้นที่	2.66	2.63	2.40	2.56	2.82	2.90
6) ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ	2.44	2.63	2.60	2.06	2.77	2.50
7) การบริการลูกค้า/ การสนับสนุน ทางด้านเทคนิค	2.42	2.38	2.80	2.35	2.36	2.70
8) ความเร็วในการเชื่อมต่อ	2.54	2.42	3.00	2.41	2.55	3.00
9) ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	2.51	2.63	3.20	2.32	2.45	2.60
10) ความหลากหลาย และความ น่าสนใจของรายการส่งเสริมการ ขายที่มี	2.38	2.33	2.60	2.41	2.27	2.50
11) การได้รับส่วนลดจากค่าบริการเสริม อื่นๆ จากผู้ให้บริการเดียวกัน	2.27	2.13	2.80	2.24	2.27	2.50

* นำเสนอเป็นคะแนนเฉลี่ย โดย 4 = พึงพอใจอย่างมาก และ 1 = ไม่พึงพอใจ

ส่วนที่ 6 อินเทอร์เน็ต

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	100.0 (2,107)	100.0 (199)	100.0 (541)	100.0 (698)	100.0 (407)	100.0 (262)
1. พฤติกรรมการใช้บริการ						
ไม่ใช้	32.7	17.6	35.9	36.0	25.1	40.8
ใช้	67.3	82.4	64.1	64.0	74.9	59.2
สถานที่ที่ใช้						
ที่พักอาศัย	55.3	50.6	51.3	69.8	47.9	41.9
สำนักงาน/ สถานศึกษา	29.4	37.2	30.3	18.1	35.7	39.4
ใช้งานผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	7.5	9.1	3.7	8.5	8.2	9.7
อื่นๆ	7.8	3.0	14.7	3.6	8.2	9.0
รูปแบบการเชื่อมต่อที่ใช้ (ใช้ได้มากกว่าหนึ่งรูปแบบ)						
ADSL	62.6	59.1	65.4	70.0	54.8	54.2
Dial-up	2.5	2.4	0.9	2.0	4.9	2.6
Hotspot	1.1	3.7	0.3	0.9	0.7	1.3
Free WiFi / LAN	31.2	35.4	35.7	21.6	36.4	33.5
EDGE / GPRS	16.7	31.1	6.6	19.9	16.1	16.1
3G	1.1	4.9	0.3	0.7	0.7	1.3
ความเร็วที่ใช้ (กรณีใช้ ADSL)						
256 Kbs	1.1	3.1	0.9	1.3	0.6	0.0
512 Kbs	2.1	4.1	0.4	1.9	1.2	7.1
1 Mbps	9.0	15.5	7.5	9.3	9.0	4.8
2 Mbps	16.8	18.6	12.8	16.9	12.6	33.3
3 Mbps	0.3	1.0	0.0	0.6	0.0	0.0
4 Mbps	63.1	46.4	76.7	60.7	67.1	46.4
8 Mbps	4.5	6.2	1.8	4.8	6.0	6.0
10 Mbps ขึ้นไป	3.0	5.2	0.0	4.5	3.6	2.4
จำนวนนาที่ที่ใช้งานต่อเดือน						
Mean	5,547.47	9,697.90	5,457.67	5,563.87	4,680.58	3,015.61
Median	3,600.00	7,200.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	1,800.00
Std. Deviation	7,430.18	10,775.23	6,908.90	7,680.08	5,709.31	4,046.47
Minimum	7.00	60.00	20.00	7.00	10.00	45.00
Maximum	86,400.00	86,400.00	40,000.00	54,000.00	54,000.00	30,000.00

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ค่าใช้บริการต่อเดือน	(1,418)	(164)	(347)	(447)	(305)	(155)
Mean	391.37	445.87	370.41	472.33	297.05	332.75
Median	450.00	500.00	590.00	590.00	150.00	200.00
Std. Deviation	396.99	413.98	307.19	489.76	320.30	339.53
Minimum	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Maximum	4,530.00	2,099.00	1,500.00	4,530.00	2,129.00	1,249.00
ช่วงเวลาที่ใช้งาน	(1,418)	(164)	(347)	(447)	(305)	(155)
08.01 – 16.00 น.	36.0	48.8	32.9	25.7	43.9	43.2
16.01 – 22.00 น.	54.4	42.7	57.1	61.7	48.5	51.0
22.01 – 08.00 น.	9.7	8.5	10.1	12.5	7.5	5.8
2. ความถี่ในการใช้บริการต่างๆ	(1,418)	(164)	(347)	(447)	(305)	(155)
1) อีเมล (Email)						
ไม่เคยใช้เลย	8.4	6.7	5.8	8.9	6.9	17.4
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	8.8	4.9	9.5	11.6	4.9	11.0
สัปดาห์ละครั้ง	20.9	14.0	27.4	22.4	17.7	15.5
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	61.9	74.4	57.3	57.0	70.5	56.1
2) ค้นหาข้อมูล เช่น Google, Yahoo, MSN Search						
ไม่เคยใช้เลย	2.0	1.2	2.9	2.2	1.3	1.3
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	4.7	1.8	5.2	4.7	4.6	6.5
สัปดาห์ละครั้ง	18.3	14.0	20.5	19.0	20.3	11.6
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	75.1	82.9	71.5	74.0	73.8	80.6
3) เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Hi5 เป็นต้น						
ไม่เคยใช้เลย	20.5	19.5	6.9	23.0	19.7	45.8
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	6.7	6.7	3.5	7.6	8.5	7.7
สัปดาห์ละครั้ง	15.9	10.4	13.8	17.7	20.3	12.3
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	57.0	63.4	75.8	51.7	51.5	34.2
4) ฟัง และ/หรือ ดาวน์โหลดเพลง ชม และ/หรือ ดาวน์โหลดวิดีโอ (ฟรี) เช่น YouTube						
ไม่เคยใช้เลย	16.2	9.1	20.2	17.4	7.5	28.4
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	17.0	16.5	16.4	14.8	22.3	14.8
สัปดาห์ละครั้ง	26.6	26.8	30.5	23.3	29.5	21.3

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	40.2	47.6	32.9	44.5	40.7	35.5
5) ดาวน์โหลด/ เล่นเกมส์						
ไม่เคยใช้เลย	29.4	22.0	28.2	30.0	24.6	47.7
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	17.8	22.6	21.9	12.3	19.0	16.8
สัปดาห์ละครั้ง	20.9	20.7	20.5	21.0	25.6	12.3
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	31.9	34.8	29.4	36.7	30.8	23.2
6) ดาวน์โหลดโปรแกรมต่างๆ						
ไม่เคยใช้เลย	40.3	24.4	51.9	37.8	32.8	52.9
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	27.2	34.1	22.8	22.8	33.8	29.0
สัปดาห์ละครั้ง	18.1	25.0	10.4	21.5	21.6	11.0
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	14.5	16.5	15.0	17.9	11.8	7.1
7) ซื้อสินค้าออนไลน์						
ไม่เคยใช้เลย	79.7	69.5	91.1	80.8	68.5	83.9
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	15.1	23.2	6.3	13.2	25.6	11.0
สัปดาห์ละครั้ง	3.8	6.1	2.0	4.0	4.9	2.6
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	1.4	1.2	0.6	2.0	1.0	2.6
3. การประเมินความพึงพอใจ*	(1,418)	(164)	(347)	(447)	(305)	(155)
1) ชื่อเสียงแบรนด์ของผู้ให้บริการ	2.95	2.74	2.93	3.03	2.91	3.05
2) คุณภาพของการให้บริการ/ เครือข่ายสัญญาณ	2.95	2.82	2.95	2.94	2.99	3.03
3) คุณภาพของบริการเสริมต่างๆ	2.70	2.47	2.64	2.72	2.79	2.80
4) ความหลากหลายในบริการต่างๆ	2.72	2.54	2.64	2.75	2.87	2.75
5) ความครอบคลุมเชิงพื้นที่	2.84	2.79	2.69	2.86	2.97	2.92
6) ค่าธรรมเนียม/ อัตราค่าบริการ	2.64	2.53	2.51	2.70	2.73	2.68
7) การบริการลูกค้า/ การสนับสนุน ทางด้านเทคนิค	2.63	2.48	2.59	2.68	2.64	2.68
8) ความเร็วในการเชื่อมต่อ	2.78	2.74	2.69	2.80	2.80	2.89
9) ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ	2.61	2.52	2.59	2.67	2.57	2.68
10) ความหลากหลาย และความ น่าสนใจของรายการส่งเสริมการ ขายที่มี	2.51	2.38	2.42	2.57	2.55	2.61
11) การได้รับส่วนลดจากค่าบริการ เสริมอื่นๆ จากผู้ให้บริการเดียวกัน	2.33	2.23	2.32	2.26	2.44	2.48

* นำเสนอเป็นคะแนนเฉลี่ย โดย 4 = พึงพอใจอย่างมาก และ 1 = ไม่พึงพอใจ

ส่วนที่ 7 วิทยุโทรทัศน์

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	100.0 (2,107)	100.0 (199)	100.0 (541)	100.0 (698)	100.0 (407)	100.0 (262)
ดูทีวีผ่านช่องฟรีทีวี						
ไม่เคยใช้เลย	7.1	11.6	8.9	5.9	5.2	6.5
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	1.8	3.0	0.6	1.6	3.2	1.9
สัปดาห์ละครั้ง	6.1	5.5	3.1	8.2	7.6	5.0
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	85.0	79.9	87.4	84.4	84.0	86.6
การใช้บริการเคเบิลทีวี ท้องถิ่น						
ไม่เคยใช้เลย	60.6	62.3	55.3	63.9	48.6	79.8
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	3.3	4.5	0.4	3.9	4.4	5.0
สัปดาห์ละครั้ง	5.0	5.5	4.3	5.9	6.6	1.1
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	31.2	27.6	40.1	26.4	40.3	14.1
ดูทีวีผ่านระบบดาวเทียม						
ไม่เคยใช้เลย	58.5	53.8	55.6	57.9	61.4	64.9
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	4.2	7.5	1.8	4.3	5.4	4.6
สัปดาห์ละครั้ง	4.9	7.5	4.6	5.4	5.2	1.9
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	32.4	31.2	37.9	32.4	28.0	28.6
ฟังวิทยุ						
ไม่เคยใช้เลย	43.4	31.7	64.9	40.8	33.4	30.5
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	12.5	16.1	11.1	12.9	12.8	11.5
สัปดาห์ละครั้ง	15.6	17.1	11.3	17.0	18.7	14.9
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	28.4	35.2	12.8	29.2	35.1	43.1

ส่วนที่ 8 การทดแทนกันของบริการโทรคมนาคมประเภทต่างๆ

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
1. โทรศัพท์เคลื่อนที่กับโทรศัพท์พื้นฐาน	(1,395)	(167)	(406)	(421)	(260)	(141)
ประเภทโทรคมนาคมที่เลือกใช้งาน						
ในที่พักอาศัย						
โทรศัพท์พื้นฐาน	18.4	20.4	15.8	19.0	19.6	19.9
โทรศัพท์เคลื่อนที่	81.6	79.6	84.2	81.0	80.4	80.1
ความต้องการยกเลิก						
การใช้โทรศัพท์พื้นฐาน	(1,286)	(162)	(378)	(387)	(232)	(127)
ไม่ต้องการ	88.6	92.6	92.6	86.0	88.8	79.5
ต้องการ	11.4	7.4	7.4	14.0	11.2	20.5
เหตุผลที่ไม่ต้องการยกเลิก	(1,140)	(150)	(350)	(333)	(206)	(101)
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งเหตุผล)						
1) มีความจำเป็นต้องใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานอยู่	80.2	75.3	82.0	81.7	78.2	80.2
2) บริเวณบ้านไม่มีสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่	8.8	2.0	20.9	4.2	4.4	1.0
3) ปกติใช้โทรศัพท์พื้นฐานมากกว่า	5.7	6.7	6.3	6.0	4.4	4.0
4) ต้องใช้บริการเสริมอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต/ โทรทัศน์	54.5	61.3	61.1	48.9	49.0	50.5
5) อื่นๆ	1.8	2.0	0.9	3.3	1.9	0.0
เหตุผลที่ต้องการยกเลิก	(146)	(12)	(28)	(54)	(26)	(26)
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งเหตุผล)						
1) ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย	69.2	41.7	89.3	64.8	57.7	80.8
2) การบริการโทรศัพท์พื้นฐานไม่ดี	17.8	25.0	14.3	11.1	11.5	38.5
3) ปกติใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า	70.5	75.0	82.1	57.4	73.1	80.8
4) อื่นๆ	1.4	0.0	0.0	1.9	0.0	3.8
2. โทรศัพท์เคลื่อนที่กับโทรศัพท์สาธารณะ	(1,636)	(168)	(352)	(583)	(342)	(191)
ปริมาณการใช้โทรศัพท์สาธารณะ						
ไม่ได้ใช้บริการเลย	46.9	49.4	52.6	41.9	49.1	45.5
ใช้น้อยลงมาก	48.2	48.2	42.3	52.8	46.8	47.1
ใช้เท่าเดิม	5.0	2.4	5.1	5.3	4.1	7.3

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
3. การใช้โทรศัพท์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (VoIP)	(1,418)	(164)	(347)	(447)	(305)	(155)
ไม่ใช้	92.3	84.1	98.6	91.1	90.5	94.2
ใช้	7.7	15.9	1.4	8.9	9.5	5.8
การใช้โทรเข้าโทรศัพท์	(109)	(26)	(5)	(40)	(29)	(9)
ไม่ใช้	85.3	80.8	100.0	77.5	93.1	100.0
ใช้	14.7	19.2	0.0	22.5	6.9	0.0
การใช้โทรเข้าคอมพิวเตอร์	(109)	(26)	(5)	(40)	(29)	(9)
ไม่ใช้	5.5	0.0	0.0	12.5	3.4	0.0
ใช้	94.5	100.0	100.0	87.5	96.6	100.0

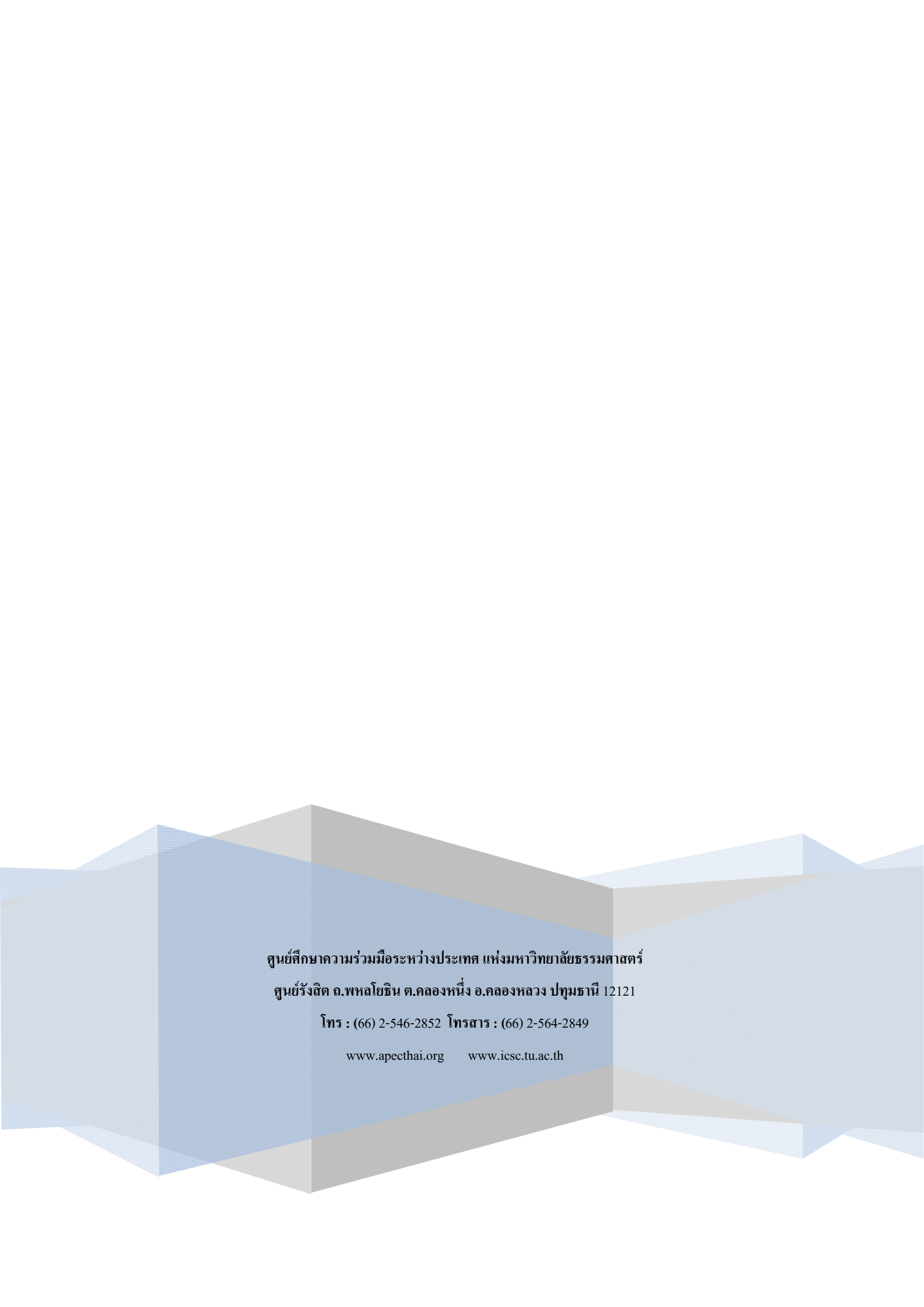
ส่วนที่ 9 การใช้บริการหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยี

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉิงเหิน	เหนือ	ใต้
1. การใช้บริการสื่อผ่านระบบ โทรศัพท์เคลื่อนที่						
ดูโทรทัศน์	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
ไม่เคยใช้เลย	86.3	87.0	94.2	85.1	82.9	77.0
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	3.6	3.6	1.6	4.1	6.1	2.2
สัปดาห์ละครั้ง	5.1	3.1	2.5	5.5	8.6	5.3
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	5.1	6.2	1.8	5.2	2.4	15.5
ฟังวิทยุ	(1,960)	(193)	(514)	(652)	(375)	(226)
ไม่เคยใช้เลย	68.5	50.8	87.0	68.3	59.4	57.5
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	11.1	19.2	8.2	11.2	13.4	6.6
สัปดาห์ละครั้ง	9.1	11.9	3.7	10.4	14.2	6.6
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	11.3	18.1	1.2	10.1	13.1	29.2
2. การใช้บริการสื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต						
ดูโทรทัศน์ออนไลน์	(1,418)	(164)	(347)	(447)	(305)	(155)
ไม่เคยใช้เลย	44.9	33.5	58.8	44.1	32.5	52.3
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	25.1	28.7	21.3	26.2	28.5	20.0
สัปดาห์ละครั้ง	18.8	26.8	11.2	18.3	26.9	12.9
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	11.2	11.0	8.6	11.4	12.1	14.8
ฟังวิทยุออนไลน์	(1,418)	(164)	(347)	(447)	(305)	(155)
ไม่เคยใช้เลย	47.0	42.1	59.4	52.8	28.2	44.5
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	20.5	23.8	14.4	23.5	23.9	14.8
สัปดาห์ละครั้ง	17.9	17.7	14.4	14.8	30.5	10.3
ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน	14.7	16.5	11.8	8.9	17.4	30.3

ส่วนที่ 10 คุณลักษณะทั่วไป

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	100.0 (2,107)	100.0 (199)	100.0 (541)	100.0 (698)	100.0 (407)	100.0 (262)
เพศ						
ชาย	49.0	49.2	49.5	48.6	48.9	49.2
หญิง	51.0	50.8	50.5	51.4	51.1	50.8
ระดับการศึกษา						
ต่ำกว่าปริญญาตรี	62.2	39.7	67.7	70.2	53.1	60.7
ปริญญาตรี	31.6	41.2	31.4	24.4	37.8	34.4
สูงกว่าปริญญาตรี	6.2	19.1	0.9	5.4	9.1	5.0
อาชีพ						
ข้าราชการ/ พนักงาน/ ลูกจ้าง ภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ	19.2	33.2	16.8	14.8	20.9	22.9
พนักงาน/ ลูกจ้างภาคเอกชน	10.3	15.1	6.8	5.9	15.5	17.6
รับจ้าง	11.1	5.5	16.5	8.5	9.8	13.4
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	13.0	10.6	11.8	15.2	14.5	8.8
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน/ นักเรียน นักศึกษา	44.2	35.7	47.1	51.6	37.6	35.1
ภาคเกษตร	1.9	0.0	0.7	3.6	1.7	1.9
อื่นๆ	0.3	0.0	0.2	0.6	0.0	0.4
เขตที่อยู่อาศัย						
ในเขตเทศบาล	63.5	100.0	59.5	70.2	51.8	43.9
นอกเขตเทศบาล	36.5	0.0	40.5	29.8	48.2	56.1
อายุ						
ต่ำกว่า 20 ปี	30.1	22.1	42.5	28.7	22.6	26.3
20-39 ปี	40.4	52.3	28.1	34.2	56.5	48.1
40-59 ปี	18.0	13.6	17.4	24.8	9.6	17.6
60 ปีขึ้นไป	11.5	12.1	12.0	12.3	11.3	8.0

การใช้บริการ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้
รายได้ (บาท/เดือน)						
0 – 3,000	30.3	15.6	29.8	38.7	26.0	27.1
3,001 – 6,500	19.9	15.6	23.3	21.9	14.0	19.8
6,501 – 12,000	26.0	19.6	27.0	18.5	34.2	36.3
> 12,000	23.8	49.2	20.0	20.9	25.8	16.8
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน						
1-2 คน	15.5	22.6	11.6	12.6	24.6	11.8
3 คน	21.9	16.6	28.8	16.2	23.3	24.4
4 คน	28.9	26.1	30.7	31.1	25.8	26.3
5 คนขึ้นไป	33.7	34.7	28.8	40.1	26.3	37.4



ศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศ แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศูนย์รังสิต ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง ปทุมธานี 12121

โทร : (66) 2-546-2852 โทรสาร : (66) 2-564-2849

www.apecthai.org www.icsc.tu.ac.th