

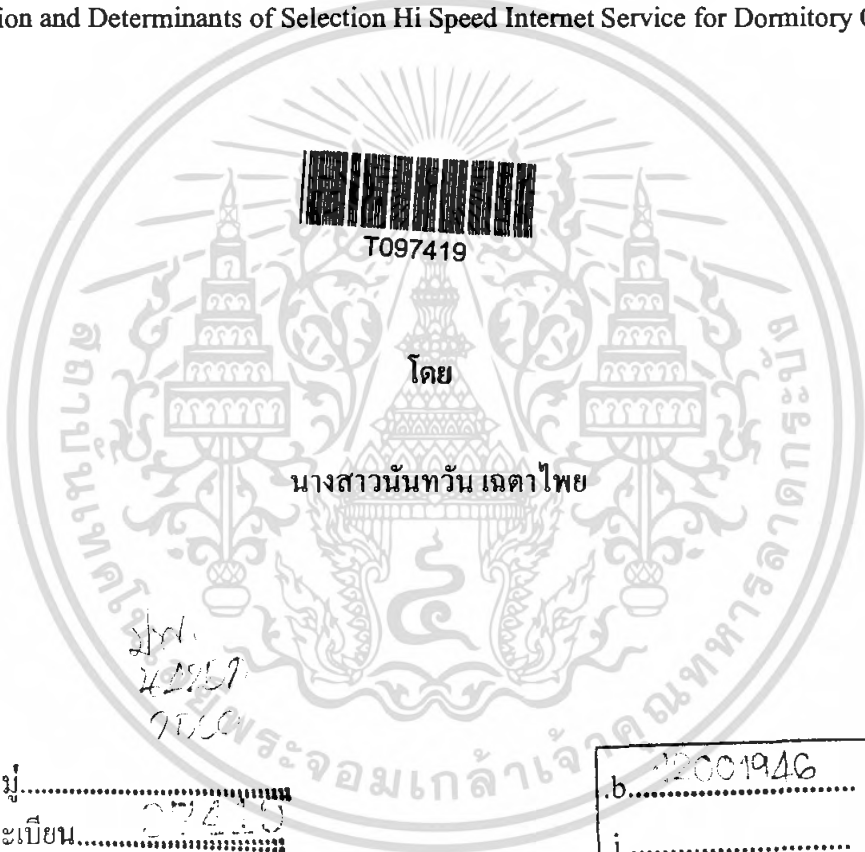
# ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร พระจอมเกล้าลาดกระบัง

## ปัญหาพิเศษ

### เรื่อง

การรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก

Perception and Determinants of Selection Hi Speed Internet Service for Dormitory Owners



โดย  
นางสาวนันทวัน เถตาไทย

เลขหมู่.....  
 เลขทะเบียน.....  
 วัน เดือน ปี.....

b. 20001946  
 i. ....

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเทคโนโลยีการจัดการ  
 สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ  
 ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร  
 คณะเทคโนโลยีการเกษตร  
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร  
 ปีการศึกษา 2550

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

สาขาเทคโนโลยีการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร  
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อินเตอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก  
Perception and Determinants of Selection Hi Speed Internet Service for Dormitory Owners

โดย

นางสาวนันทวัน เฉลิมไชย รหัส 47040739

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาปัญหาพิเศษ หลักสูตร วท.บ. (เทคโนโลยีการจัดการ)  
เมื่อวันที่ 14 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุสา บัวตะมะ)

รักษาการหัวหน้าภาควิชา .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**บทคัดย่อ**  
**ปีการศึกษา 2550**

**ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) :** การรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อินเตอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก

**ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) :** Perception and Determinants of Selection Hi Speed Internet Service for Dormitory Owners

**นักศึกษา :** นางสาวนันทวัน เฉลิมไชย

**สาขาวิชา :** เทคโนโลยีการจัดการ      **ภาควิชา :** บริหารธุรกิจเกษตร

**ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ :** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุรสา บัวตะมะ

**บทคัดย่อ**

ในปัจจุบันสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือสื่ออินเทอร์เน็ต ช่วยให้ติดต่อและค้นหาข้อมูลที่มีประโยชน์ได้อย่างมากมาย จึงทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นำไปสู่การพัฒนารูปแบบและเทคโนโลยีใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม คืออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ที่มีมากขึ้น ซึ่งไม่จำกัดแค่เพียงบุคลากรภายในองค์กรหรือผู้ใช้งานตามบ้านต่าง ๆ แต่ยังรวมถึงนักเรียน นักศึกษา หรือแม้กระทั่งบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในหอพัก จากความต้องการเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการหอพักจำเป็นต้องให้ความสำคัญและเลือกรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพื่อนำมาให้บริการแก่ผู้พักอาศัยภายในหอพัก โดยเป็นการศึกษาถึงการรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก เพื่อทราบถึงการรับรู้และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก ตลอดจนรูปแบบคุณลักษณะ และความสามารถในการทำงานของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการหอพักในเขตลาดกระบังที่มีการนำอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมาให้บริการผู้พักอาศัยภายในหอพัก จำนวน 60 คน

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการหอพัก พบว่าผู้ประกอบการหอพักส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 40-49 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพหลักเป็นเจ้าของกิจการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นใบนี้ขอสงวนสิทธิ์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หอพักเพียงอย่างเดียว ลักษณะกิจการเป็นแบบเจ้าของคนเดียว มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ในช่วง 5-10 ปี อัตราค่าเช่ารายเดือนของหอพัก 2,001-3,000 บาท บริการอินเทอร์เน็ตภายในหอพัก เป็นแบบโทรศัพท์พื้นฐานและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไร้สาย (Wi-Fi) ดำเนินการติดตั้งอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงด้วยวิธีการจัดซื้อเอง โดยผู้ประกอบการหอพักส่วนใหญ่ไม่ทราบในลักษณะการทำงาน ของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และยังได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไม่ เพียงพอ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากสื่อประเภทโทรทัศน์หรือวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร จากเพื่อนหรือคนรู้จัก และแผ่นพับโฆษณา ในระดับปานกลาง และ สื่อประเภทอินเทอร์เน็ตและงานแสดงสินค้า ในระดับต่ำ มีความรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงในระดับปานกลาง ปัจจัยในด้านราคามีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมากที่สุด จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาในการดำเนินกิจการกับระดับการรับรู้เกี่ยวกับบริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่าเพศ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการดำเนินกิจการมี ความสัมพันธ์ของระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของ ผู้ประกอบการหอพัก และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาในการดำเนินกิจการกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก ซึ่งจำแนกได้เป็น ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย พบว่า เพศ อายุ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่แตกต่างกัน

จากการศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้ คือ บริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงควรมีการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลในสื่อประเภทต่าง ๆ ให้มากขึ้นทั้งอินเทอร์เน็ต งานแสดงสินค้า แผ่นพับ โฆษณา เพื่อนหรือคนรู้จัก หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ และต้องใช้วิธีการ สื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายช่วยลดปัญหาด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของ ผู้ประกอบการหอพัก และในการดำเนินการติดตั้งอินเทอร์เน็ตผู้ประกอบการหอพักควรมีการศึกษา ถึงรูปแบบที่เหมาะสมกับลักษณะของหอพัก เทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ และความสามารถในการ ตอบสนองความต้องการของผู้เช่า รวมถึงการให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าแก่ผู้ประกอบการเอง นอกจากนี้บริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงควรมีการออกแบบและพัฒนาวิธีการเข้าถึง ข้อมูลหรือรูปแบบการเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้มีความสะดวก รวดเร็ว และง่ายที่สุด ตลอดจนการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ให้น้อยที่สุด เพื่อเป็นสิ่งจูงใจ สำคัญให้ผู้ประกอบการหอพักตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท

## คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้จัดทำขึ้นจนสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูงจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุรสา บัวตะมะ ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษา ชี้แนะ ตลอดจนการตรวจสอบและแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ โดยละเอียด จึงทำให้ได้รายงานที่สมบูรณ์ และรองศาสตราจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์ กรรมการสอบปัญหาพิเศษ ที่กรุณาให้คำแนะนำในส่วนของ การสอบปัญหาพิเศษ รวมถึงอาจารย์และเจ้าหน้าที่ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการและสาขาวิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และประสิทธิประสาทวิชาตลอดหลักสูตรการศึกษา ผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นอกจากนี้ผู้จัดทำขอขอบคุณ ผู้ประกอบการหอพักในเขตลาดกระบังทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการให้สัมภาษณ์และเอื้อเฟื้อข้อมูล รายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอินเตอร์เน็ตความเร็วสูง อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการจัดทำปัญหาพิเศษครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ผู้เป็นที่รักและเคารพอย่างสูงที่ให้ความช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน ขอขอบคุณสำหรับกำลังใจ ความรัก และความปรารถนาดีที่คุณพ่อคุณแม่และญาติพี่น้องทุกคนมีให้ต่อผู้จัดทำ รวมถึงขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนสำหรับมิตรภาพที่ดีตลอดมา กำลังใจ คำปรึกษา และข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำปัญหาพิเศษฉบับนี้

นันทวัน เฉตาไพช

กุมภาพันธ์ 2551

## สารบัญ

	หน้า
<b>บทคัดย่อ</b>	ก
<b>คำนิยาม</b>	ข
<b>สารบัญ</b>	ค
<b>สารบัญตาราง</b>	ง
<b>สารบัญภาพ</b>	จ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	2
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
การตรวจเอกสาร	4
<b>บทที่ 2 ทฤษฎีและระเบียบวิธีการศึกษา</b>	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้	7
แนวความคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	12
กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	15
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	16
ระเบียบวิธีการวิจัย	18
<b>บทที่ 3 ลักษณะทั่วไปของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง</b>	24
ความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	24
ความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย	26
การทำงานของอินเทอร์เน็ต	26
รูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	27
กลุ่มผู้ใช้บริการประเภทบุคคลทั่วไป	29

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
กลุ่มผู้ใช้งานในประเภทองค์กร	30
ความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในเขตลาดกระบัง	30
เทคโนโลยีสำหรับการให้บริการอินเทอร์เน็ตในหอพัก	32
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>36</b>
ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	36
การรับรู้เกี่ยวกับการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	39
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	41
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้	43
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	44
<b>บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	<b>47</b>
สรุป	47
ข้อเสนอแนะ	48
<b>เอกสารอ้างอิง</b>	<b>50</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>52</b>
ภาคผนวก ก ตัวอย่างรายชื่อหอพักในเขตลาดกระบัง	53
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	60
ภาคผนวก ค ตารางแสดงร้อยละของการรับทราบ	66
เกี่ยวกับการทำงานของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	
ตารางแสดงร้อยละของความเพียงพอ	66
ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ต	
ตารางแสดงร้อยละจากการตอบคำถาม	67
เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 เปรียบเทียบข้อดี – ข้อเสียของเทคโนโลยี สำหรับการให้บริการอินเทอร์เน็ตในห้องพัก	32
2 ความแตกต่างระหว่างบริการเอดีเอสแอล และ โมเด็ม 56K	35
3 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการหอพัก	37
4 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างหอพัก	38
5 ร้อยละของความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้เกี่ยวกับ การให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากสื่อประเภทต่าง ๆ	40
6 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	41
7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	42
8 ความสัมพันธ์ของระดับการรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง กับปัจจัยส่วนบุคคล ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดกับปัจจัยส่วนบุคคล	44
9 ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงกับปัจจัยส่วนบุคคล	45

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ประมาณการจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2534 – 2550	2
2 อธิธิพลต่าง ๆ ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	14
3 กระบวนการซื้อ 5 ขั้นตอน	15
4 แนวคิดส่วนประสมการตลาด	16
5 กรอบแนวคิดการรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก	20
6 การเชื่อมต่อของการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านดาวเทียม	29
7 การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตรายบุคคล	29
8 การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบองค์กร	30
9 การเชื่อมต่อเข้าเครือข่ายโดยในอาคาร ใช้ Hub Switch ต่อพอร์ต ขนาด 48 พอร์ต	33
10 การเชื่อมต่อแบบ Wireless LAN ในกรณีศึกษาอาคาร 5 ชั้น	33
11 การเชื่อมต่อและให้บริการโดยใช้เทคโนโลยีแบบ ADSL ในหอพัก	34

# บทที่ 1

## บทนำ

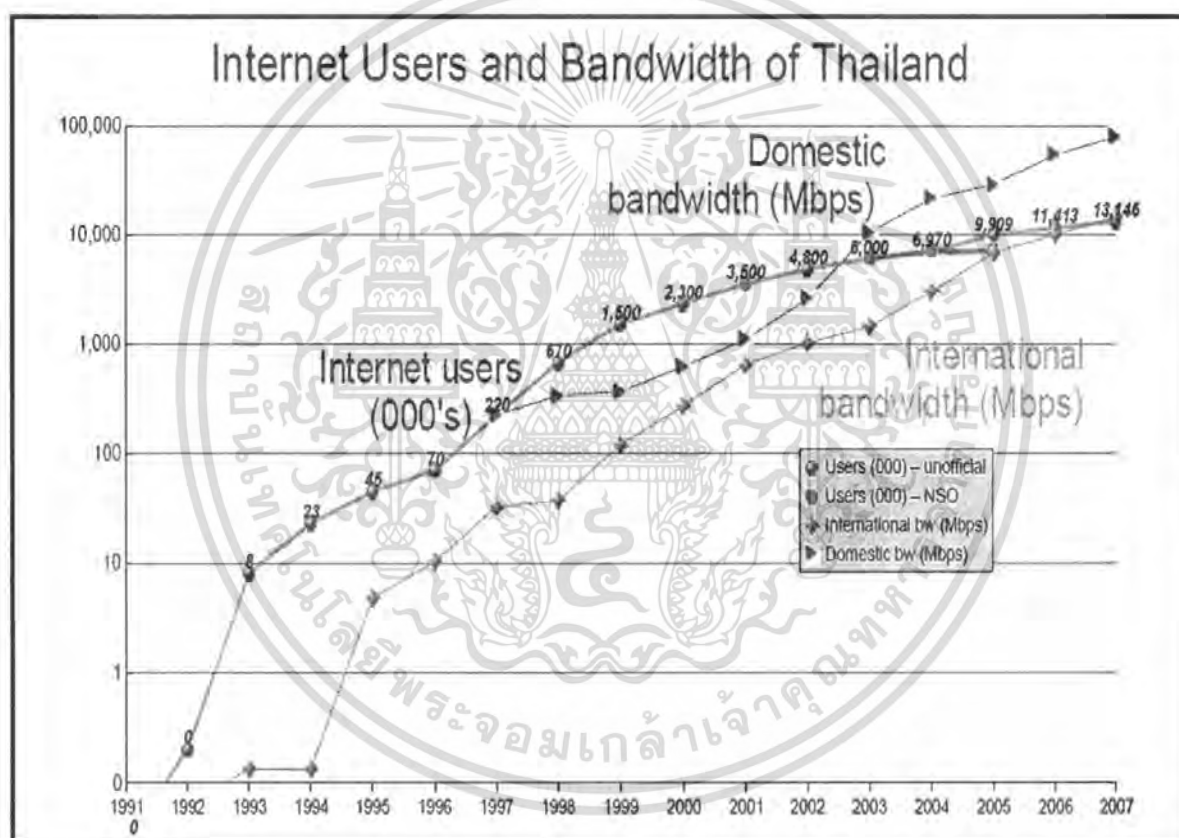
### ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ในปัจจุบันสื่อที่มีความรวดเร็ว ถับไว ทันต่อเหตุการณ์ และมีอิทธิพลมากที่สุดคือสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถเชื่อมโยงโลกทั้งโลกเข้าด้วยกัน สามารถติดต่อและค้นหาข้อมูลที่มีประโยชน์ได้อย่างมากมาย นอกจากนี้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ถูกพัฒนาให้สามารถใช้งานได้หลายรูปแบบ ตั้งแต่การรับส่งข่าวสาร การพูดคุย การค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลได้ทั่วโลก อินเทอร์เน็ตจึงเปรียบเสมือนแหล่งข้อมูลข่าวสารที่โยงใยถึงกัน ทำให้ประชาชนและองค์กรต่าง ๆ ได้เห็นถึงความสำคัญของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต

การใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปัจจุบันมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น มีการนำไปประยุกต์ใช้งานในชีวิตประจำวันที่หลากหลาย เช่น การเผยแพร่ข้อมูลและข่าวสารผ่านเว็บไซต์ การใช้งานจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การใช้โทรศัพท์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือVoIP และการทำงานเพื่อค้นคว้าข้อมูล เป็นต้น นอกจากนี้ในด้านของเทคโนโลยีการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้มีการพัฒนาให้ก้าวหน้าไปมาก เริ่มตั้งแต่การพัฒนาอุปกรณ์ที่เพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเริ่มตั้งแต่เทคโนโลยีของโมเด็ม จาก V.90 ที่ให้ความเร็วในการรับส่งข้อมูลขนาด 56 Kbps ไปจนถึง ISDN ที่ให้อัตราความเร็วในการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 64 -128 Kbps อีกทั้งยังมีการพัฒนาวิธีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียม ซึ่งให้อัตราความเร็ว 140 - 400 Kbps สำหรับในประเทศไทยรูปแบบของการให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้พัฒนาเรื่อยมาเพื่อให้สอดคล้องกับการแข่งขันที่สูงขึ้นของธุรกิจต่าง ๆ และกระแสของอินเทอร์เน็ตที่กำลังได้รับความสนใจมากที่สุดในตลาดปัจจุบันคืออินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งความต้องการในการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การเสนอรูปแบบและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม เร็วกว่าเดิม และดีกว่าเดิม นั่นคือ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Asymmetric Digital Subscriber Line : ADSL) ที่เกิดขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มองค์กรและผู้ใช้ตามบ้านที่ต้องการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ซึ่งศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ได้มีการ

เอกกว่ากรณี่ใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประมาณการจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่าอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตระหว่างปีพ.ศ. 2534 - 2550 มีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ.2534 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ถึง 30 คน แต่ในปี พ.ศ.2550 เห็นได้ว่ามีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเป็น 13.15 ล้านคน ซึ่งจากการที่มีจำนวนผู้ใช้งานที่เพิ่มมากขึ้นนั้น ทำให้เกิดการพัฒนาการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เช่น ธุรกิจทางการเงินของธนาคาร การซื้อขายหุ้น การซื้อขายสินค้าและบริการอื่น ๆ เป็นต้น



ภาพที่ 1 ประมาณการจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2534 - 2550  
ที่มา : [www.nectec.or.th / internet](http://www.nectec.or.th/internet)

จากการที่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้มากมายทั้งในการติดต่อสื่อสาร ค้นคว้าหาข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงเพื่อความบันเทิงต่าง ๆ ทำให้ความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีมากขึ้น ไม่จำกัดอยู่แค่เพียงบุคลากรภายในองค์กรหรือผู้ใช้งานตามบ้านต่าง ๆ แต่ยังรวมไปถึงนักเรียน นักศึกษา หรือแม้กระทั่งบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในหอพักหรืออาคารเช่าต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหอพักในเขตลาดกระบัง ซึ่งบริเวณดังกล่าวประกอบด้วยไมวากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานเอกชนหลายแห่ง จึงถือเป็นแหล่งชุมชนสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการหอพักจำเป็นต้องให้ความสำคัญและเลือกรูปแบบการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากบริษัทผู้ให้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งในประเทศไทยปัจจุบันมีอยู่เพียงไม่กี่บริษัท ได้แก่ บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท ทูท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) และบริษัท เสนโซ่ ค้าคอมพิวเตอร์ จำกัด

ดังนั้นการศึกษาดังการรับรู้และปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก เพื่อทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งอินเทอร์เน็ตจะมีคุณลักษณะ ความสามารถในการทำงาน ตลอดจนข้อดี ข้อเสียแตกต่างกันไปตามบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแต่ละราย และระดับการรับรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้นของผู้ประกอบการหอพัก รวมทั้งหลักเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญต่อผลที่จะตามมาเมื่อสมาชิกที่อาศัยอยู่ในหอพักได้ใช้บริการแล้ว และถ้าเทคโนโลยีนั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกที่อาศัยอยู่ในหอพักได้ จะช่วยทำให้หอพักมีผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น มีการย้ายออกของสมาชิกที่อาศัยอยู่ในหอพักน้อย และสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการหอพักรายอื่น ๆ ที่เพิ่มขึ้นอย่างมากภายในปัจจุบันได้

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษารายละเอียด รูปแบบ ตลอดจนวิธีการในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายในหอพัก
2. เพื่อศึกษาการรับรู้และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงรายละเอียด รูปแบบ และวิธีการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายในหอพัก รวมถึงการรับรู้และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก

2. เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายในหอพัก และเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและออกแบบปรับปรุงเครือข่ายการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกที่อาศัยอยู่ในหอพักและผู้ประกอบการหอพัก

### ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการหอพักในเขตลาดกระบังที่มีการนำอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเข้ามาให้บริการแก่สมาชิกที่เป็นผู้พักอาศัยอยู่ในหอพัก โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นอาคารเดี่ยวที่อยู่ใกล้บริเวณสถานศึกษา มีความสูงของอาคารไม่เกิน 5 ชั้น มีห้องพักระหว่าง 30 - 50 ห้อง ซึ่งบริเวณใกล้สถานศึกษาจะมีหอพักนักศึกษาจำนวนมาก ในแต่ละหอพักจะมีลักษณะที่ไม่แตกต่างกันมากนักทั้งรูปแบบลักษณะของอาคารและการให้บริการอินเทอร์เน็ตในห้องพัก และผู้พักอาศัยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษาที่มีความต้องการและพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ใกล้เคียงกัน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และมีระยะเวลาในการศึกษาเริ่มตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2550 ถึง 31 มกราคม พ.ศ. 2551

### นิยามศัพท์

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หมายถึง เทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูง บนสายสายทองแดง หรือคู่สายโทรศัพท์ ซึ่งสามารถแยกสัญญาณข้อมูล และเสียงออกจากกัน ทำให้สามารถโทรศัพท์และ ใช้อินเทอร์เน็ตได้พร้อมกัน โดยมีลักษณะสำคัญคือ มีอัตราการรับข้อมูล (Downstream) สูงสุดที่ 8 Mbps. และอัตราการส่งข้อมูล (Upstream) สูงสุดที่ 1 Mbps. โดยระดับความเร็วในการ รับ-ส่งข้อมูลจะขึ้นอยู่กับระยะทาง และคุณภาพของคู่สายนั้น ๆ

### การตรวจเอกสาร

สุวัฒนา (2544) พฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยทำการสำรวจข้อมูลจาก ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลทั้งหมด 390 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตดังต่อไปนี้ ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้งาน อินเทอร์เน็ตในช่วง 1-6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยใช้งานจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และการสืบค้นข้อมูล เอกสาร เป็นเอกสารที่ส่งวนเวียนสำหรับการใช้งานเพื่อการรักษาเท่านั้น เมื่อนูญตเห็นใบโฆษณาชิ้นนี้ การค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ การสนทนาออนไลน์ใช้งาน 1-3 ครั้งต่อเดือน และการโอนถ่ายข้อมูล 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนการใช้งานซื้อสินค้าและโทรศัพท์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้นผู้ใช้ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้งานเลย ในเรื่องของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) พบว่าปัจจัยค่าบริการ ความเร็วของระบบ การทำโปรโมชัน ความสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจ การทดสอบสมมติฐานพบว่า ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด 4 ปัจจัยได้แก่ ค่าบริการ ค่าโปรโมชันพิเศษ การบริการเสริม และความเร็วระบบ และเมื่อพิจารณาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตนั้นพบว่า ปัจจัยด้านความเร็วระบบ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระต่างๆมากที่สุด ได้แก่ ช่วงอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

มหาชาติ (2546) ศึกษาเรื่องการรับรู้ ความต้องการ และความพึงพอใจของอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่มีต่อระบบการจัดการเรียนการสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ ความต้องการ และความพึงพอใจของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 402 คน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 74 ทราบว่ามหาวิทยาลัยจัดเตรียมระบบจัดการเรียนการสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไว้ให้บริการ แต่ในจำนวนนี้มีอาจารย์ที่นำระบบไปใช้ในการเรียนการสอนเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวนไม่ถึงครึ่งประมาณร้อยละ 43 ระบุว่าในภาพรวมมีความพึงพอใจต่อระบบในระดับมาก ด้านความต้องการเกี่ยวกับระบบ ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกคนต้องการให้ ภาควิชา/มหาวิทยาลัย สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการผลิตบทเรียนที่ใช้กับระบบ และจัดเจ้าหน้าที่เทคนิคไว้ให้บริการสนับสนุนการผลิตบทเรียน ส่วนหลักสูตรที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเข้ารับการอบรมเป็นอันดับแรก คือ ทฤษฎีและหลักการออกแบบการเรียนการสอนแบบ On-line และ Web-based Instruction และด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของระบบที่มีต่อนิสิต อาจารย์ และมหาวิทยาลัย ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 88 เห็นด้วย และร้อยละ 6 ไม่เห็นด้วย

สุคатиพย์ (2547) การรับรู้และปัจจัยกำหนดการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 280 คน โดยสุ่มตัวอย่างจากห้างสรรพสินค้าที่ขายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ได้แก่ ห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ห้างเดอะวันนา และห้างเซียร์รังสิต ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 26-35 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ใช้งานอินเทอร์เน็ตมาประมาณ 4-6 ปี ระยะเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 1-3 ชั่วโมงต่อวัน สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่บ่อยที่สุด คือ สถานที่ทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้รับ-ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบ Dial up และ

ได้ตัดสินใจที่จะเปลี่ยนมาใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แต่ยังไม่ได้กำหนดว่าจะเปลี่ยนมาใช้เมื่อใด เนื่องจากกำลังพิจารณาว่าจะเลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการรายใด ด้านการรับรู้เกี่ยวกับบริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะรับรู้ข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์/วิทยุมากที่สุด ส่วนสื่อที่รับรู้ข้อมูลน้อยที่สุด คือ จากแผ่นพับ โฆษณาและจากงานแสดงสินค้า IT ต่าง ๆ ในเรื่องความรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในเรื่องของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ช่วยให้การรับ-ส่งข้อมูลได้รวดเร็วมากที่สุด ด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และจากการวิเคราะห์จำแนกประเภทของตัวแปรพบว่า ตัวแปรอายุ และตัวแปรรายได้เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในการจำแนกประเภทได้ดีกว่าตัวแปรอื่น ๆ

ชฎานิน และคณะ (2548) ศึกษาการตัดสินใจเลือกระบบรักษาความปลอดภัยและความพึงพอใจของผู้ใช้งานในการเข้าออกหอพักนักศึกษา โดยศึกษาถึงการเลือกใช้ระบบรักษาความปลอดภัยในรูปแบบต่างๆ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกระบบรักษาความปลอดภัย และความพึงพอใจของบุคคลในการเข้า-ออกภายในหอพัก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการหอพักนักศึกษาในเขตลาดกระบัง จำนวน 50 ตัวอย่าง และผู้พักอาศัยตามหอพักนักศึกษาในเขตลาดกระบัง จำนวน 120 คน ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้พักอาศัยส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญในการใช้ระบบควบคุมการเข้า ซึ่งอาจเนื่องมาจากเมื่อทำการเข้ามาพักอาศัยก็มีความพึงพอใจอยู่แล้ว และไม่ได้นำไปเปรียบ เทียบกับระบบรักษาความปลอดภัยแบบอื่น ๆ ประกอบกับการไม่มีรายได้ จึงไม่ได้คำนึงถึงเรื่องระบบมากนัก แต่จะเน้นไปทางด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายของหอพักมากกว่า ส่วนทางด้านการตัดสินใจเลือกระบบรักษาความปลอดภัยของผู้ประกอบการ เหตุผลหลักใหญ่ ๆ คือ ความปลอดภัยและการประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างเจ้าหน้าที่ โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลคือ การบริการหลังการขาย

โสภณ (2548) รูปแบบการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในอาคารเช่าและหอพัก โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าของอาคารเช่าและหอพัก บริเวณสถานศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและผู้เช่าห้องพักในอาคารเช่านั้น จากการศึกษาพบว่าอาคารส่วนใหญ่ไม่สามารถให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ เจ้าของอาคารและผู้เช่าต่างก็มีความต้องการให้บริการและใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในห้องพัก จากการศึกษาพบว่าเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ที่เหมาะสมทั้งทางด้านต้นทุนและการให้บริการ คือระบบ ADSL และระบบไร้สาย (Wi-Fi)

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่สองระเบียบวิธีการศึกษา ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มประชากรเป้าหมาย การออกแบบวิจัย กรอบแนวคิด ตัวแปรที่ใช้และการวัดค่า และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่ใช้ในการศึกษาเพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษา ประกอบด้วยความหมายของการรับรู้ ลักษณะสำคัญของการรับรู้ องค์ประกอบของการรับรู้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์ กลไกของการรับรู้ แนวความคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

#### แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

##### ความหมายของการรับรู้

จำเนียร ช่วงโชติ (2532 : 11) อธิบายความหมายของการรับรู้ว่าหมายถึง การสัมผัสที่มีความหมาย (Sensation) การรับรู้เป็นการแปล หรือตีความแห่งการสัมผัสที่ได้รับ ออกเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมายหรือที่รู้จักเข้าใจ ซึ่งในการแปลหรือตีความนี้จำเป็นที่อินทรีย์จะต้องใช้ประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิมหรือความชัดเจนที่เคยมีมาแต่หนหลัง ถ้าไม่มีความรู้เดิมที่ดี หรือลืมเรื่องนั้น ๆ เสียแล้วก็ ก็จะไม่มีกรรับรู้กับสิ่งเร้านั้นๆ จะมีก็แต่เพียงการสัมผัสกับสิ่งเร้าเท่านั้น

อภิชาติ แจ่งจันทร์ (2535 : 14) อธิบายความหมายของการรับรู้ว่าหมายถึง กระบวนการตีความสิ่งที่เห็น สิ่งที่ได้ยิน และสิ่งที่รู้จักด้วยประสาทสัมผัสอื่น ๆ เพื่อให้รู้ว่าคืออะไร สิ่งที่ได้รับมีทั้งที่เป็นวัตถุมนุษย์ด้วยกัน และความเป็นไปภายในจิตของเราเอง

ดั่งที่ Wolman (อ้าง โดยคมสันต์ สินธุ์วงศ์, 2536 : 11) กล่าวว่ากรรับรู้เป็นผลที่เกิดขึ้น

จากกระบวนการรวมภายในตนเองของประสาทสัมผัสต่าง ๆ ซึ่งเบื้องต้นจะเป็นภาพรวมทั้งหมดที่ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครอบคลุมและกำหนดแต่ละส่วนไว้ และกระบวนการรวบรวมภาพรวมนี้ก็จะกระจ่างชัดขึ้นท่ามกลางการได้รับข้อมูลข่าวสารการติดต่อจากสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

จากความหมายของการรับรู้ที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปได้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลแปลหรือตีความสิ่งเร้าที่บุคคลได้รับ โดยผ่านประสาทสัมผัส และอาศัยประสบการณ์ เรื่องช่วยในการตีความหรือแปลความผู้บริโภครู้ก็คือ กลไกของการรับรู้และความเข้าใจ หรือความเข้าใจจากการรับรู้ของผู้บริโภค ซึ่งมีความหมายครอบคลุมถึงกระบวนการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งรับตัวกระตุ้นต่าง ๆ เข้ามาทำการตีความและแสดงอาการปฏิบัติตอบ

### ลักษณะสำคัญของการรับรู้

ในการรับรู้จะต้องประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 6 ประการ คือ

1. ต้องมีพื้นฐานข้อมูลหรือความรู้ในเรื่องนั้นมาก่อนหรือถ้าไม่มีความรู้ อย่างน้อยต้องมีประสบการณ์เดิมในเรื่องนั้นอยู่บ้าง
2. จะต้องประกอบด้วยข้อวินิจฉัย ในขั้นตอนของกระบวนการรับรู้ ทั้งนี้เพราะในการรับรู้ต้องอาศัยวิธีการวินิจฉัย โดยการตั้งสมมติฐานหรือประติดประต่อเรื่องต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้การรับรู้ในสิ่งนั้นเกิดความสมบูรณ์มากที่สุด
3. จะต้องมีความสามารถในการแยกแยะลักษณะหรือคุณสมบัติที่สำคัญของข้อมูลนั้นได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะต้องอาศัยความจำจากประสบการณ์เดิมมาใช้
4. ลักษณะของการรับรู้จะต้องมีความสัมพันธ์เชื่อมโยง ของข้อมูลต่าง ๆ หลายประเภท
5. กระบวนการของการรับรู้ต้องอาศัยการคิดแปลง ข้อมูลจากประสบการณ์เดิมมาใช้ให้เหมาะกับแต่ละเรื่องที่กำลังรับรู้อยู่ในขณะนั้น
6. กระบวนการของการรับรู้มักจะเป็นไปโดยอัตโนมัติ เป็นการทำงานของสมองในการรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ

เรื่องของความเข้าใจจากการรับรู้นี้ จุดเริ่มต้นของกระบวนการจะอยู่ที่การรับเอาตัวกระตุ้นต่าง ๆ เข้ามาด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 การรับรู้จะมีลักษณะเป็น ไปอย่างไรนั้นส่วนหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของตัวกระตุ้นที่เข้ามาว่าสามารถเข้าไปได้อย่างสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับได้ง่ายเพียงใดเมื่อเทียบกับประเภทข้อมูลที่เขาถืออยู่เป็นข้อมูลสำหรับแยกประเภทความหมาย นอกเหนือจากคุณลักษณะของตัวกระตุ้นต่าง ๆ ที่เข้ามาแล้วยังขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนตัวบุคคลของบุคคลนั้น ๆ ด้วย กล่าวคือ อิทธิพลของความจำ ความคาดหวัง ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยมและลักษณะนิสัย และ ความชอบพองของคนนั้น ๆ ที่โน้มเอียงไปทางใดทางหนึ่ง

## องค์ประกอบของการรับรู้

การรับรู้ประกอบด้วยสิ่งที่มีอยู่ในสมองมาก่อน อันได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม และประสบการณ์ เป็นต้น ผนวกกับการรับสัมผัสจะกลายเป็นการรับรู้ สิ่งนี้นักการทดลองพยายามเรียนรู้ก็คือ สิ่งที่อยู่ในสมองมาก่อนของมนุษย์เพราะสิ่งนี้มีผลกระทบต่อสิ่งที่มนุษย์รับสัมผัสมา โดยองค์ประกอบของการรับรู้มีดังนี้ (เสรี, 2542 : 81-83)

1. การรับสัมผัส เป็นระบบความรู้สึกที่มีการตอบสนองทันทีจากสิ่งกระตุ้น เช่น การโฆษณา การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น โดยที่ความรู้สึกต่อสิ่งกระตุ้นจะแตกต่างกัน โดยขึ้นคุณภาพของผู้รับรู้ในการรับสัมผัส เช่น การเห็นหรือการได้ยิน เป็นต้น และขึ้นกับจำนวนหรือความเข้มข้นของสิ่งกระตุ้นซึ่งบุคคลเปิดรับข่าวสาร

2. ระดับต่ำสุดที่บุคคลรับรู้ได้ หมายถึง ระดับต่ำสุดซึ่งแต่ละบุคคลสามารถรับสัมผัสกับความรูสึกได้ จุดนี้บุคคลจะสามารถป้องกันความแตกต่างระหว่างการรับรู้บางสิ่งและไม่รับรู้อะไรเลย ซึ่งก็คือระดับต่ำสุดที่ได้รับจากสิ่งกระตุ้น เช่น เสียงที่เบามากจนไม่ได้ยิน ภาพที่เล็กลงมากจนมองไม่เห็น เป็นต้น

3. ความแตกต่างต่ำสุดที่บุคคลจะเห็นได้ หมายถึง ความแตกต่างน้อยที่สุดที่จะทำให้บุคคลสามารถรับรู้ความแตกต่างได้ ความแตกต่างต่ำสุดที่บุคคลจะเห็นได้นี้นำมาใช้ในการตั้งราคา หรือนำมาใช้ในการกำหนดขนาดของสินค้าเพื่อให้ลูกค้ารู้ถึงความแตกต่าง

4. ระดับของการรับรู้ ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

4.1 ระดับต่ำสุดที่บุคคลสามารถรับรู้ได้ คือ เป็นคนที่มีการรับรู้เรื่องต่าง ๆ ได้น้อยมาก

4.2 ระดับสูงสุดที่บุคคลสามารถรับรู้ได้ คือ เป็นคนที่มีการรับรู้เรื่องต่าง ๆ ได้สูงมาก

4.3 ความแตกต่างต่ำสุดที่บุคคลสามารถรับรู้ได้ คือ เป็นคนที่รับรู้เรื่องต่าง ๆ แตกต่างจากผู้อื่น

5. การรับรู้โดยไม่รู้ตัว หมายถึง การรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งเข้าไปในสมองของเราโดยที่เราไม่รู้ตัวว่าเรากำลังเรียนรู้สิ่งเหล่านั้น สิ่งนี้เรียกว่าการรับรู้ในจิตใต้สำนึก

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์

1. องค์ประกอบทางด้านเทคนิค ประกอบด้วย

1.1 ขนาด ผู้บริโภคมักจะรับรู้ว่าจะของขนาดใหญ่ต้องมีราคาแพงกว่า คุณภาพดีกว่า

เหนือกว่าของที่มีขนาดเล็ก สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 สี จะบ่งบอกถึงบุคลิกลักษณะของบุคคลได้ ซึ่งสีแต่ละสีก็จะมีความหมายในตัวเอง

1.3 ความเข้ม หมายถึง ความเข้มของการโฆษณาร้านค้าที่จะรับสินค้าไว้ขายในบางครั้ง จะพิจารณาการเอาจริงของการใช้งบประมาณการโฆษณา ซึ่งแสดงออกด้วยจำนวนครั้งและความถี่ในการโฆษณาขององค์กร

1.4 การเคลื่อนไหว ส่วนใหญ่จะเป็นการโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อจูงใจให้เกิดการเปิดรับข่าวสารและความสนใจในข่าวสาร

1.5 ตำแหน่ง หมายถึงตำแหน่งของตราสินค้าจะเห็นได้จากตราสินค้าที่เป็นสปอนเซอร์โฆษณา

1.6 ความแตกต่างเพื่อต้องการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

1.7 การจับแยก การแยกออกมามีความพิเศษจะสังเกตได้จากสินค้าที่ทำการส่งเสริมการขายสินค้าจะไม่อยู่ในชั้นวางของปกติแต่จะเป็นสินค้าในกองโชว์พิเศษ ซึ่งแยกตัวออกมาเพราะถ้าสินค้าประเภทเดียวกันอยู่บนชั้นปกติเหมือนกันจะไม่ทราบว่าสินค้านี้กำลังทำการส่งเสริมการขาย

## 2. ความพร้อมทางด้านสมองของผู้บริโภค มีดังนี้

2.1 ความพึงใจหรือการยึดมั่น เป็นความพึงใจที่จะมองเช่นนั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ไม่คิดจะมาแก้ไขที่หลังนั้นทำได้ยากมาก

2.2 นิสัยในการมอง หมายถึง นิสัยการมองของบุคคลบางคนมองโลกในแง่ร้ายบางคนมองโลกในแง่ดี

2.3 ความมั่นใจและความรอบคอบ หมายถึง มีความมั่นใจในตัวเองหรือมีความกลัวหวาดระแวง

2.4 ความใส่ใจ การมองแบบใส่ใจจะเห็นสิ่งที่มองไม่เห็นกัน ผู้ที่ใส่ใจก็จะมองเป็นรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ แต่ผู้ที่ไม่ใส่ใจจะมองไม่เห็นสิ่งเหล่านั้น

2.5 โครงสร้างในสมอง หมายถึง เรามองอะไรอย่างไร แคไหน บางคนคิดไม่ดี เราพูดธรรมดาแต่ตีความไปในทางไม่ดี

2.6 ความคุ้นเคย เช่น ความใกล้ชิดก่อให้เกิดความชื่นชอบขึ้นมาได้

2.7 ความคาดหวังเป็นความคาดหวังของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งดังคำกล่าวที่ว่าคนเราได้เป็นสิ่งที่เราอยากเป็น ได้ยินสิ่งที่อยากได้ยิน

3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค ซึ่งถือว่าประสบการณ์ในอดีตเป็นเรื่องที่สำคัญเพราะผู้บริโภคมักจะใช้สินค้าไปตามคำกล่าวที่ดี และการบริการที่ดี

## 4. สภาวะอารมณ์ คือ ความพร้อมทางด้านจิตใจ ถ้าจิตใจไม่มีความพร้อมจะไม่เกิดผลได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการแข่งขันเพื่อใช้ให้ผู้อื่นไม่อยู่เหนือเป็นเพียงช่องทางในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมจากการรับรู้ของผู้บริโภคต้องมีการเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมนั้นด้วยเพราะแต่ละสังคมมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

### กลไกของการรับรู้

กลไกของการรับรู้ คือ การที่บุคคลรับรู้ถึงระบบความรู้สึกจากสิ่งกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมภายนอก โดยปรับความคิดเห็นส่วนตัวให้สอดคล้องกับความต้องการ ความคาดหวัง และประสบการณ์ในกลไกของการรับรู้จะพิจารณา 3 ประเด็น คือ

1. การเลือก (Selecting) เป็นกระบวนการเลือกที่รับสิ่งเร้าบางอัน จากสิ่งเร้าทั้งหลาย ได้แก่
  - 1.1 การเลือกที่จะเปิดรับข้อมูล หมายถึง การเปิดรับข่าวสารแบบรู้สึกตัว กล่าวคือ การที่บุคคลเลือกที่จะรับรู้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการรับรู้เท่านั้น
  - 1.2 การตั้งใจรับข่าวสารที่ได้เลือกสรรหรือการรับรู้ที่ได้เลือกสรร หมายถึง การที่ผู้บริโภครับรู้จากสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับความต้องการหรือความสนใจ
  - 1.3 การเลือกที่จะแปลความหมายของข้อมูล หมายถึง การที่บุคคลเลือกที่จะรับแปลความหมายของข้อมูลที่ได้รับตามที่แต่ละบุคคล ซึ่งการแปลความหมายนี้ขึ้นอยู่กับ ทักษะคติ ความเชื่อ และประสบการณ์
  - 1.4 การเลือกที่จะจดจำ หมายถึง การที่บุคคลเลือกที่จะจดจำข้อมูลที่ได้รับรู้มา
  - 1.5 การป้องกันการรับรู้ หมายถึง ผู้บริโภคมีจิตได้สำนึกที่จะคัดเลือกลักษณะสิ่งกระตุ้นที่ไม่สนใจแม้ว่าการเปิดรับข่าวสารจะเกิดขึ้น เช่น เมื่อสินค้าที่ชื่อมาคุณภาพไม่ดี ก็หลีกเลี่ยงที่จะรับรู้ว่าเป็นสินค้ามีคุณภาพไม่ดี และสร้างการรับรู้ว่าเป็นสินค้าที่ชื่อมานั้นมีกล่องสวยงามแทน
  - 1.6 การปิดกั้นการรับรู้ การที่บริโภคป้องกันตนเองจากสิ่งกระตุ้นที่มีมากมายเท่ากับเป็นการป้องกันไม่ให้สิ่งกระตุ้นเข้ามาสู่กระบวนการรับรู้

2. การจัดระบบ (Organizing) คนเรามักจะจัดระบบสิ่งเร้าภายนอก 2 วิธี คือ

- 2.1 ภาพและพื้น (Figure and Ground) การที่คนเราแยกสิ่งเร้าที่ได้เลือกมาและเป็นสิ่งที่เราพุ่งสมาธิไปยังส่วนนั้นเป็นพิเศษ เรียกสิ่งนั้นว่า ภาพ (Figure) และส่วนอื่น ๆ ที่เราไม่สนใจเรียกว่า พื้น (Ground)
- 2.2 การทำให้ง่าย (Simplification) การรับรู้สิ่งเร้าภายนอกเข้ามาจัดระบบอีกวิธีหนึ่งซึ่งเป็นแนวโน้มของคนทั่ว ๆ ไป คือ การจัดสิ่งเร้านั้นให้อยู่ในรูปที่ง่ายมากขึ้น ตัดสิ่งที่เป็นรายละเอียดที่ซับซ้อนสับสนทิ้งไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การแปลความ (Interpretation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายในกระบวนการรับรู้ในขั้นนี้ คนเราจะอาศัยคุณสมบัติที่มีอยู่ภายในตนเอง เช่น ทักษะคติ ประสบการณ์ ความต้องการ ค่านิยม เพื่อช่วยให้การพิจารณาสิ่งเร้าภายนอก เพื่อผสมผสานสิ่งเร้าภายนอกให้เข้ากับคุณสมบัติภายใน ดังนั้นในการแปลความจึงถือว่าเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นอยู่กับอัตวิสัย (Subjective) ของผู้รับ สิ่งเร้าอย่างเดียวกันที่เสนอต่อบุคคลต่าง ๆ กันจะมีการแปลความหมายแตกต่างกัน

### แนวความคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

ประเทือง ภูมิภทราคม (2535 : 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง สิ่งที่บุคคลกระทำ แสดงออก ตอบสนอง หรือได้ตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่งที่สามารถสังเกตเห็นได้ ได้ยินได้ อีกทั้งวัดได้ตรงกันด้วยเครื่องมือที่เป็นวัตถุวิสัย ไม่ว่าจะการแสดงผลออกหรือการตอบสนองนั้นจะเกิดขึ้นภายในหรือภายนอกร่างกาย ซึ่งโดยทั่วไปพฤติกรรมแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) หมายถึง การกระทำต่าง ๆ การแสดงผลออก หรือการตอบสนองที่สามารถสังเกตเห็นหรือวัดได้โดยตรง เช่น ความเข้าใจ การรับรู้ การคิด การตัดสินใจหรือความรู้สึก เป็นต้น

2. พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัส ต้องสันนิษฐาน (Infer) จากพฤติกรรมภายนอก

พฤติกรรมผู้บริโภคประกอบด้วยปัจจัย 2 ส่วน คือ

1. ปัจจัยที่ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถควบคุมได้ ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางการตลาด ตัวอย่างเช่น เสนอขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีรูปแบบสวยงามกะทัดรัด กำหนดราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย หาแหล่งจำหน่ายและให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการต้องการซื้อ

2. ปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกของผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่สามารถทำการควบคุมได้แต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่

2.1 ปัจจัยทางวัฒนธรรม ค่านิยมในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันจะส่งผลถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละสังคมที่แตกต่างกัน ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์การตลาดต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับค่านิยมในวัฒนธรรมของสังคมกลุ่มนั้นด้วย

2.2 ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการดำเนินชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ของผู้บริโภค ปัจจัยทางด้านสังคมประกอบด้วย

2.2.1 กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล ตัวอย่างกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมสถาบัน เป็นต้น

2.2.2 ครอบครัวและบุคคลสมาชิกในครอบครัว ซึ่งถือได้ว่าเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความรู้สึก ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลที่เป็นสมาชิกในครอบครัว โดยประกอบกันขึ้นเป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อ

2.2.3 บทบาทและสถานะ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง บุคคลที่มีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น มีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม เป็นผู้ตัดสินใจซื้อ เป็นผู้มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อหรือผู้ใช้

2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

2.3.1 อายุ ความแตกต่างกันของอายุมีผลต่อความต้องการผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ดังนั้น นักการตลาดอาจใช้อายุผู้บริโภคเป็นเกณฑ์การแบ่งกลุ่มเป้าหมายได้

2.3.2 วงจรชีวิตครอบครัว ในแต่ละขั้นตอนของวงจรชีวิตแต่ละคน จะมีค่านิยมและทัศนคติต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมการณ์เลือกซื้อของเล่นในวัยเด็กจะต่างจากพฤติกรรมการณ์เลือกซื้อของเล่นในวัยหนุ่มสาว

2.3.3 อาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการของผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกัน

2.3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ หมายถึง โอกาสของผู้บริโภคจะมีรายได้ เพื่อการจับจ่าย มีการออมสินทรัพย์หรืออำนาจในการขอยืมเงิน นักการตลาดต้องไวต่อโอกาสเหล่านี้ เพื่อที่จะได้ปรับปรุงออกแบบสินค้าใหม่ และการวางราคาสินค้าใหม่ เพื่อที่จะนำเสนอคุณค่าให้ลูกค้าในกลุ่มเป้าหมายได้อย่างต่อเนื่อง

2.4 ปัจจัยทางจิตวิทยา เป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อและการใช้สินค้า ได้แก่ การสนใจ การรับรู้ การเรียน ความเชื่อมั่น ทัศนคติ บุคลิกภาพ และแนวความคิดของตนเอง

2.5 อิทธิพลของปัจจัยทางสถานการณ์ หมายถึง พฤติกรรมการณ์ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากเหตุการณ์สภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น โดยมีได้คาดคิดมาก่อนว่าจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ ได้แก่

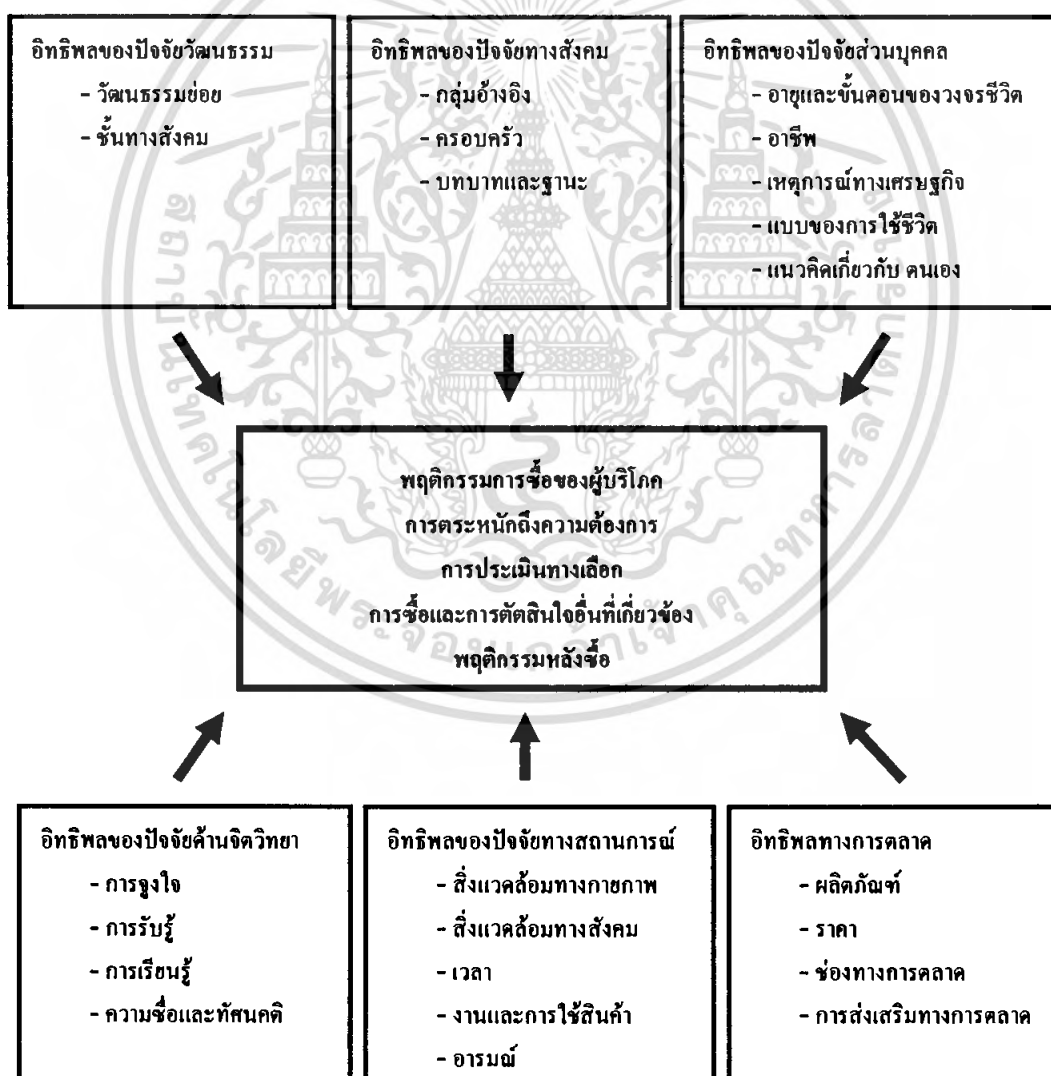
2.5.1 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเมื่อร้านค้านั้นอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการซื้อ

2.5.2 สิ่งแวดล้อมสังคม การตัดสินใจซื้อเพื่อให้สังคมยอมรับว่าตนเองเป็นผู้นำ

2.5.3 เวลา เช่น เมื่อฤดูกาลเปลี่ยนไปพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าก็แตกต่างกันออกไป

2.5.4 งาน เช่น พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพื่อการใช้งานซึ่งจะแตกต่างกันที่ซื้อเพื่อเป็นของขวัญให้คนอื่น

2.5.5 สภาวะทางอารมณ์ เช่น การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เมื่อผู้บริโภคได้รับการต้อนรับจากผู้ขายเป็นอย่างดี



ภาพที่ 2 อิทธิพลต่างๆ ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเมื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ที่มา : สุดาทิพย์ เฟิงสมบัติ, 2543 : 139  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

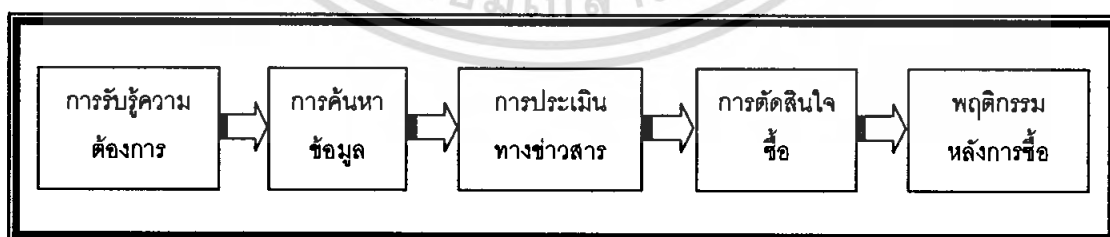
จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น สิ่งที่น่าการตลาดจะต้องพิจารณาต่อไป คือ กระบวนการซื้อของผู้บริโภคทั้ง 5 ขั้นตอนเป็นลำดับขั้น แต่ในความเป็นจริงอาจไม่เป็นเช่นนั้นเสมอไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการซื้อที่มีความสลับซับซ้อนของการตัดสินใจน้อย ผู้บริโภคอาจกระโดดข้ามขั้นตอนบางขั้นตอนไป

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือ ได้รับอิทธิพลจากสิ่งกระตุ้น ซึ่งรวมถึงความต้องการของร่างกายและความต้องการที่เป็นความปรารถนา อันเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา

2. การค้นหาข้อมูล หากความต้องการได้รับการกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันที แต่ในบางครั้งความต้องการที่เกิดขึ้นไม่สามารถได้รับการตอบสนองได้ในทันที ความต้องการนั้นจะถูกจดจำไว้และหาทางสนองความต้องการที่ถูกระตุ้น

3. การประเมินทางเลือก เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลมาจากขั้นที่สองแล้ว ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินผลทางเลือก

4. การตัดสินใจซื้อ จากการประเมินผลพฤติกรรมในขั้นที่สาม จะช่วยให้ผู้บริโภคร่างความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือกโดยทั่วไป ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด และปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง



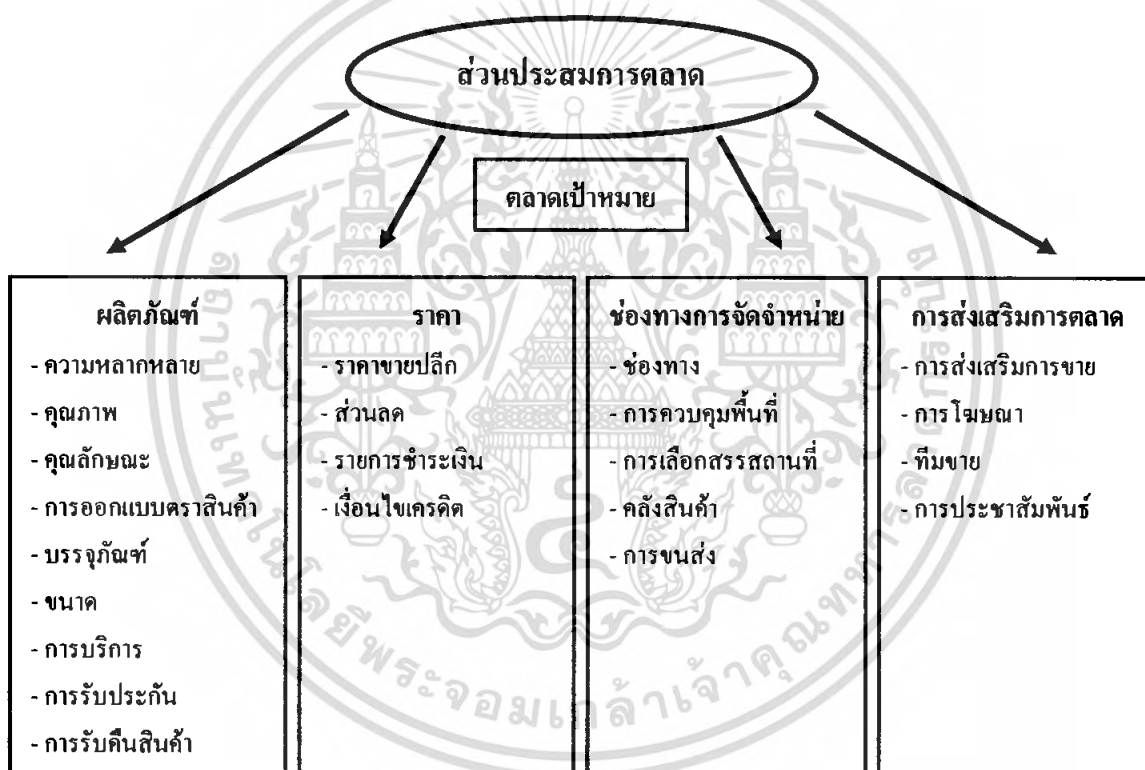
ภาพที่ 3 กระบวนการซื้อ 5 ขั้นตอน

ที่มา : Kotler Philip, 1997 : 172

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแบ่งออกเป็น ผลิตภัณฑ์ (Product) การกำหนดราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่วนประสมทั้ง 4 ประการ อาจเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps (The four P's of the marketing mix) ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 4 แนวคิดส่วนประสมการตลาด

ที่มา : Kotler Philip, 1997 : 98

1. ผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่สามารถสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ ผลิตภัณฑ์อาจเป็นคุณสมบัติที่แะต้องได้และแะต้องไม่ได้ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ตัวผลิตภัณฑ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ ความภาคภูมิใจและผู้ขาย

2. ราคา เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือ การบริการในรูปของเงินตรา เป็นส่วนที่เกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคา นโยบาย และกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการกำหนดราคา ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การจัดจำหน่าย เป็นกิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ในส่วน ประสมนี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะการพิจารณาสถานที่จำหน่ายอย่างเดียว แต่เป็นการพิจารณาว่าจะ จำหน่ายผ่านคนกลางต่าง ๆ อย่างไร และมีการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างไร ดังนั้นในการนำผลิตภัณฑ์ (Placing the product) ออกสู่ตลาดเป้าหมายจะประกอบด้วย 2 ส่วน ซึ่งเราเรียกว่าส่วนประสมใน การจัดจำหน่าย (Distribution mix) ได้แก่

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง กลุ่มของสถาบันหรือ บุคคลที่ทำหน้าที่ หรือกิจกรรมอันจะนำผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ ในส่วนนี้ เป็นเรื่องการพิจารณาว่าจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยผ่านคนกลางต่าง ๆ อย่างไร กล่าวคือพิจารณาถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังลูกค้า

3.2 การกระจายตัวสินค้า (Physical distribution) หมายถึง กิจกรรมทั้งสิ้นที่เกี่ยวข้อง กับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าที่มีปริมาณถูกต้องไปยังสถานที่ที่ต้องการและเวลาที่เหมาะสม ในส่วนนี้ จึงประกอบด้วยการขนส่ง การเก็บรักษาตัวสินค้าภายในองค์การธุรกิจของคนและภายในระบบ ช่องทางการคลังสินค้า และการควบคุมสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อ สร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal selling) และการสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal selling) เครื่องมือในการติดต่อ สื่อสารมีหลาย ประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบ ผสมผสาน (Integrated Marketing Communication หรือ IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับ ลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ ติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้ บุคคล (Non personal) โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative strategy) ยุทธวิธีการ โฆษณา (Advertising tactics) และกลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรง แบบ เฝอญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การขายโดยใช้ พนักงานขาย (Personal selling strategy) และการจัดการหน่วยการขาย (Salesforce management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นกิจกรรมทางตลาดที่นอกเหนือจากการ ขายโดยใช้พนักงานขาย การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค และ

ประสิทธิภาพของผู้ขาย ตัวอย่างการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การลดราคา แลกซื้อ แจกตัวอย่างสินค้า แคมเปญค้ำฟรี ชิงโชค การแจกคู่มือ เป็นต้น

#### 4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations)

4.4.1 การให้ข่าว (Publicity) เป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการแบบใช้บุคคล โดยที่องค์กรที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์นั้นไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ

4.4.2 การประชาสัมพันธ์ (Public relations) เป็นความพยายามที่ได้จัดเตรียมไว้ขององค์กรเพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

### ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive research) เป็นการศึกษาที่มุ่งศึกษาข้อเท็จจริง เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้ทราบว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างไร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลเบื้องต้นของผู้ประกอบการหอพัก ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียด รูปแบบ และลักษณะของการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แล้วนำมาอธิบายถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

#### ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการหอพักในเขตลาดกระบัง จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมีอยู่ประมาณ 96 ราย และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 แห่งโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างที่ไม่อาศัยความน่าจะเป็น ในลักษณะที่เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงหรือการสุ่มตัวอย่างตามจุดหมาย (Purposive sampling) ซึ่งเป็นวิธีการเลือกตัวอย่างของประชากรให้สอดคล้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้คือ เลือกตัวอย่างจากประชากรที่เป็นผู้ประกอบการหอพักในเขตลาดกระบังที่มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแก่ผู้พักอาศัย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นอาคารเดี่ยวที่อยู่ใกล้บริเวณสถานศึกษา มีความสูงของอาคารไม่เกิน 5 ชั้น ซึ่งบริเวณใกล้สถานศึกษาจะมีหอพักนักศึกษาจำนวนมาก ในแต่ละหอพักจะมีลักษณะที่ไม่แตกต่างกันมากนักทั้งรูปแบบ ลักษณะของอาคาร และการให้บริการอินเทอร์เน็ตในห้องพัก รวมถึงผู้พักอาศัยส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่มีความต้องการและพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ใกล้เคียงกัน โดยผู้ประกอบการหอพักเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การออกแบบวิจัย

ในการศึกษานี้ เพื่อให้ได้ผลการศึกษารอบคอบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จะทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูลทฤษฎีและเอกสารวิชาการต่าง ๆ ทำให้ได้แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ หอพัก เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานที่เกี่ยวข้องกับหอพัก ข้อมูลทั่วไปของหอพัก และการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในหอพัก

ส่วนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้การให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แหล่งข้อมูลหรือสื่อที่เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ประกอบการหอพักเกิดการรับรู้ต่อการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และความรู้เกี่ยวกับการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งประกอบด้วยความรู้ในรายละเอียด รูปแบบ และลักษณะของการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านตัวผลิตภัณฑ์ ราคา การตลาด และการส่งเสริมการตลาดของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายในหอพัก

## แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ

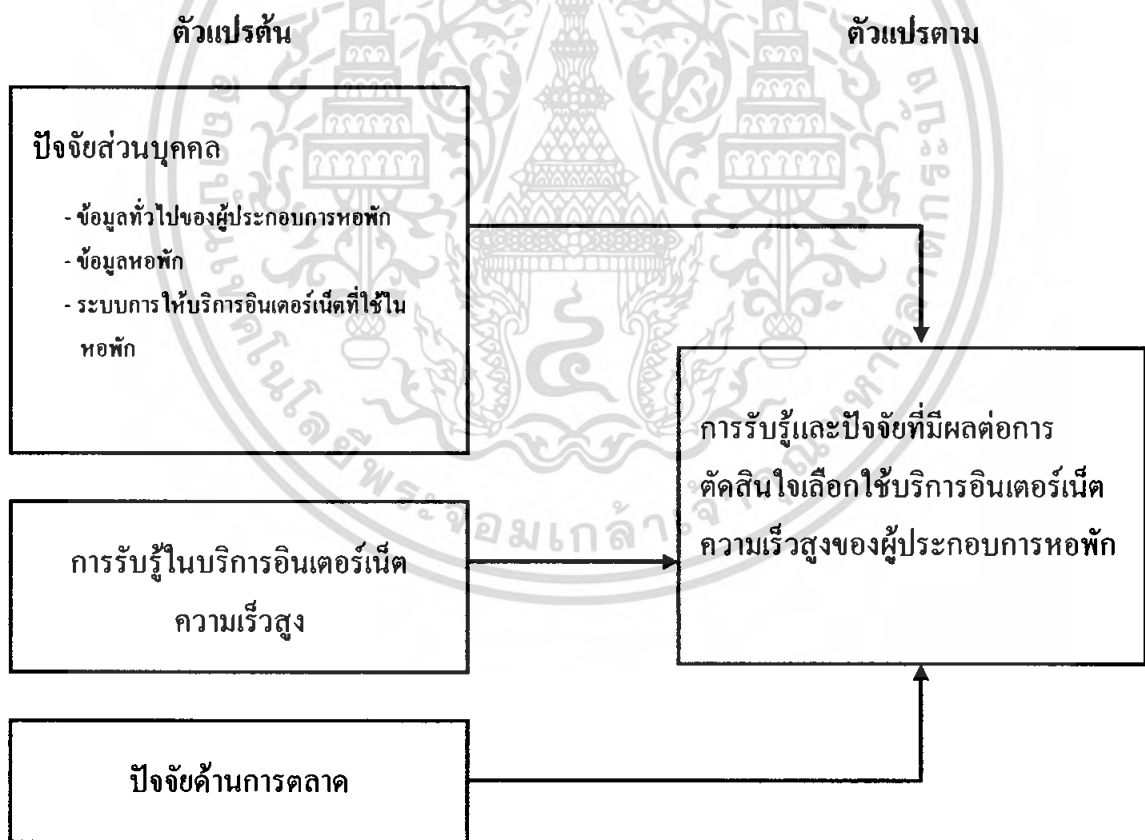
1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหอพักในพื้นที่เขตลาดกระบังที่ได้มีการนำอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมาให้บริการแก่ผู้ที่พักอาศัยอยู่ในหอพัก โดยใช้ช่วงเวลาสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยประมาณ 4 เดือน เริ่มตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2550 ถึง 31 มกราคม พ.ศ. 2551

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ตลอดจนปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยการศึกษาเอกสารวิชาการ ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ เอกสารปัญหาพิเศษ สาขาเทคโนโลยีการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และ

การศึกษาอิสระระดับปริญญาโท สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายในหอพัก โดยผู้ประกอบการหอพักในเขตลาดกระบัง และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดย [www.truecorp.co.th](http://www.truecorp.co.th) [www.internet.nectec.or.th](http://www.internet.nectec.or.th) และ [www.rec.mbu.ac.th](http://www.rec.mbu.ac.th)

### ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยเรื่องการรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก จากแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาเป็นกรอบและแนวทางตามแผนผังแบบจำลองตัวแปรได้ดังนี้ คือ



ภาพที่ 5 กรอบแนวคิดการรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหอพัก ข้อมูลทั่วไปของหอพัก และการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในหอพัก ตัวแปรด้านการรับรู้ในเรื่องของการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ประกอบด้วยการรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แหล่งข้อมูลที่เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ประกอบการหอพักเกิดการรับรู้และความรู้เกี่ยวกับการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพักที่มีต่อบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และตัวแปรปัจจัยทางการตลาด ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก

#### กรอบที่ใช้ในการวัดค่า

##### ตัวแปรอิสระ ได้แก่

##### 1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

ระดับการศึกษา วัดจากระดับการศึกษาสูงสุดในวันสัมภาษณ์ ให้มีมาตราวัดเป็นแบบเรียงลำดับ

อาชีพ วัดจากอาชีพจริงในวันสัมภาษณ์ ให้มีมาตราวัดเป็นแบบกลุ่ม

ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ วัดจากอายุจริงในวันสัมภาษณ์ ให้มีมาตราวัดเป็นแบบเรียงลำดับ

2. การรับรู้ในบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก วัดจากคะแนนในการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากสื่อประเภทต่าง ๆ กำหนดให้การไม่รับรู้ มีคะแนนเป็น 0 การรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบ่งได้เป็นการรับรู้น้อย ให้คะแนนเป็น 1 การรับรู้ปานกลาง ให้คะแนนเป็น 2 และการรับรู้มาก ให้คะแนนเป็น 3 และความรู้ในบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง วัดได้จากคะแนนในการตอบแบบสอบถาม จำนวน 10 ข้อ ตอบถูกได้ข้อละ 1 คะแนน ตอบผิดหรือไม่ทราบได้ 0 คะแนน โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนการรับรู้ต่ำกว่าร้อยละ 50 (ระดับคะแนน 0-4) จะประเมินว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในระดับต่ำ คือ มีการรับรู้ในระดับที่เคยได้ยินหรือได้เห็นจากป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ตั้งแต่ร้อยละ 50-70 (ระดับคะแนน 5-7) จะประเมินว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในระดับปานกลาง คือ มีการรับรู้ได้ถึงรายละเอียดเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และจำนวนกลุ่ม

ตัวอย่างที่มีการรับรู้ตั้งแต่ร้อยละ 80-100 (ระดับคะแนน 8-10) จะประเมินว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในระดับสูง คือ มีการรับรู้ในรายละเอียดของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและเคยใช้บริการ

3. ปัจจัยด้านการตลาด ได้แก่ ผลกระทบ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย จะวิเคราะห์โดยใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale ในการตีความข้อมูล ซึ่งคำตอบจะแบ่งเป็น 5 ระดับ กำหนดการให้คะแนนดังนี้

ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญน้อยที่สุด	ให้คะแนนเป็น 1
ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญน้อย	ให้คะแนนเป็น 2
ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญปานกลาง	ให้คะแนนเป็น 3
ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญมาก	ให้คะแนนเป็น 4
ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญมากที่สุด	ให้คะแนนเป็น 5

การประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก ใช้วิธีการประเมินคะแนนเฉลี่ยโดยกำหนดช่วงการวัด ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงการวัด} &= \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{3} \\ &= 1.33 \end{aligned}$$

ระดับความสำคัญน้อย	มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00 - 2.33 คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.34 - 3.66 คะแนน
ระดับความสำคัญสูง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.67 - 5.00 คะแนน

ตัวแปรตามได้แก่

การรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก

## การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้จะข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science: SPSS for Windows) ซึ่งประกอบด้วย

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบลักษณะพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง การรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก สถิติที่ใช้ ได้แก่

1. การหาค่าความถี่ (Frequency) เป็นสัดส่วนร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของเจ้าของหอพัก ข้อมูลทั่วไปของหอพัก การให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในหอพัก การรับรู้ในเรื่องของการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แหล่งข้อมูลที่เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ประกอบการหอพักเกิดการรับรู้ และความรู้เกี่ยวกับการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยคิดเป็นจำนวนสัดส่วนร้อยละซึ่งจะทำให้ทราบถึงลักษณะทั่วไป การรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก และระดับความรู้เกี่ยวกับการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นการหาค่าเฉลี่ยเพื่อใช้วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก ซึ่งในการวิเคราะห์ช่วงของความคิดเห็น ได้นำวิธีการให้คะแนนรวมโดยใช้สเกลของลิเคิท (The Likert Scale) แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีน้ำหนักเท่ากับ 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ และเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก ว่ามีความสำคัญมากน้อยอย่างไร

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานของการรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก สถิติที่ใช้ ได้แก่

การทดสอบไคสแควร์ (Chi Square Method) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามของผู้ประกอบการหอพัก ที่มีต่อการรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

### บทที่ 3

#### ลักษณะทั่วไปของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ในบทนี้จะกล่าวถึงลักษณะทั่วไปของลักษณะทั่วไปของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยแบ่งเป็น 6 หัวข้อหลัก ดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
2. ความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย
3. การทำงานของอินเทอร์เน็ต
4. รูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
5. กลุ่มผู้ใช้บริการประเภทบุคคลทั่วไป (Individual Users)
6. กลุ่มผู้ใช้งานในประเภทองค์กร (Corporate Users)
7. ความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในเขตลาดกระบัง
8. เทคโนโลยีสำหรับการให้บริการอินเทอร์เน็ตในหอพักในเขตลาดกระบัง

#### ความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ใช้เทคโนโลยีที่เรียกกันว่า เอดีเอสแอล ย่อมาจาก Asymmetric Digital Subscriber Line เริ่มขึ้นเมื่อบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์ต้องการจะแข่งขันกับบริษัทเคเบิลทีวี โดยการส่งทั้งสัญญาณทีวีและให้บริการ โทรศัพท์ไปในเวลาเดียวกันบนสายทองแดงเส้นเดิม จึงได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงที่อาศัยโครงสร้างโทรศัพท์พื้นฐานเป็นตัวเชื่อมโยงส่งสัญญาณ ไปยังผู้ใช้ เอดีเอสแอลเป็นเทคโนโลยีของโมเด็มในการเปลี่ยนสายโทรศัพท์ธรรมดา (สายทองแดงตีเกลียว) ให้เป็นสายดิจิทัลความเร็วสูง สำหรับการรับส่งข้อมูลอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น หรือผู้ที่ต้องการติดต่อกับระบบเครือข่ายขององค์กรจากระยะไกล แล้วก็มี การรับส่งข้อมูลอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว หรือผู้ที่ต้องการติดต่อกับระบบเครือข่ายขององค์กรจากระยะไกล แล้วก็มี การใช้งานทางด้าน มัลติมีเดียต่าง ๆ หรือการเล่นเกมส์ คอมพิวเตอร์บนเครือข่าย ซึ่งล้วนแล้วแต่ต้องมีการส่งข้อมูลจำนวนมากผ่านเครือข่าย

แต่เดิมทางผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตต้องเชื่อมต่อกับเครือข่ายของบริษัทโทรศัพท์ด้วยระบบ

เอกสารส่งความเร็วสูง ในขณะที่ผู้ใช้ต้องต่อผ่านบริษัทโทรศัพท์ด้วยโมเด็มผ่านบริการสายโทรศัพท์  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปกติ ซึ่งทำให้ใช้โทรศัพท์พร้อมกับการต่อระบบเครือข่ายไม่ได้ และถ้าต้องการความเร็วสูงก็ต้องใช้ระบบสายส่งความเร็วสูง เช่น ISDN ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูงเช่นเดียวกัน เมื่อมีการใช้ระบบเอดีเอสแอล การเชื่อมต่อก็จะใช้สายทองแดงธรรมดา โดยโมเด็มที่ใช้กับเอดีเอสแอลจะใช้เทคนิคการเข้ารหัสดิจิทัล เพื่อบีบอัดข้อมูลเพื่อส่งสัญญาณไปตามสายโทรศัพท์ ซึ่งเมื่อมีการติดตั้งระบบเอดีเอสแอล โดยสมบูรณ์ตลอดเส้นทาง และระบบส่งสัญญาณของบริษัทโทรศัพท์จะต้องเป็นระบบเอดีเอสแอลด้วย จะทำให้สามารถใช้โทรศัพท์พูดคุยหรือส่งแฟกซ์ได้พร้อมกับการท่องอินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในหลายประเทศ โดยจำนวนตัวเลขผู้ใช้ในสหรัฐอเมริกาอยู่ที่ 2 ล้านคู่สาย และคาดว่าจำนวนผู้ใช้จะเพิ่มขึ้นที่ 5 ล้านคู่สายในอนาคต แต่ปัญหาของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ คือ ไม่สามารถติดตั้งให้ทันกับความต้องการของผู้ใช้ ในแถบเอเชียตลาดที่ใหญ่ที่สุดสำหรับการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ได้แก่ ประเทศเกาหลี มีจำนวนผู้ใช้ถึง 2 ล้านราย ซึ่งถ้าเทียบกับจำนวนประชากรแล้วจะเห็นได้ว่าในประเทศเกาหลีได้ มีอัตราผู้ใช้ที่สูงกว่าประเทศสหรัฐอเมริกา

สำหรับประเทศไทย ได้เริ่มมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงโดยบริษัทที่ให้บริการเอดีเอสแอลรายแรก คือ บริษัท ยูไนเต็ด บรอดแบนด์ เทคโนโลยี จำกัด (UBT) ในปี พ.ศ.2542 โดยทำการศึกษาและทดลองใช้ร่วมกับองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยเป็นระยะเวลากว่า 2 ปี นอกจากนี้บริษัทได้ร่วมทำการตลาดกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต 3 ราย ประกอบด้วย บริษัทเคเอสซี บริษัทล็อกซอินโฟ และบริษัทวิลด์เน็ต โดยในปัจจุบันมีผู้ให้บริการเอดีเอสแอล ดังนี้ คือ

1. บริษัท ยูไนเต็ด บรอดแบนด์ เทคโนโลยี จำกัด (UBT) ในกลุ่ม Ucom Group ให้บริการในชื่อ UBT ADSL

2. บริษัท เชน โซ คาด้าคอม จำกัด (มหาชน) ให้บริการในชื่อ Q-net

3. บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

4. บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

5. บริษัท สามารทบรอดแบนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด

6. บริษัท ทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับบริการเอดีเอสแอล ได้แก่

1. บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยให้บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นผู้รับสัมปทาน หรือบริษัท ทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) ที่เป็นเจ้าของเครือข่ายสายโทรศัพท์สำหรับการเป็นสื่อในการรับ-ส่งข้อมูลในระบบเอดีเอสแอล

2. ผู้ให้บริการเอทีเอสแอล ได้แก่ บริษัท สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด บริษัท ยูไนเค็ด บรอดแบนด์ เทคโนโลยี จำกัด บริษัท เสนโซ่ ค้าค้าคอม จำกัด (มหาชน) บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

3. ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ บริษัท สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด บริษัท แปซิฟิก อินเทอร์เน็ต บริษัทซีเอสลือกอินโฟ และบริษัทเอเน็ต เป็นต้น

### ความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

สำหรับในประเทศไทย อินเทอร์เน็ตเริ่มมีการใช้ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2530 ที่มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ โดยได้รับความช่วยเหลือจากโครงการ IDP (The International Development Plan) เพื่อให้มหาวิทยาลัยสามารถติดต่อสื่อสารทางอีเมลกับมหาวิทยาลัยเมลเบิร์นในออสเตรเลียได้ ได้มีการติดตั้งระบบอีเมลขึ้นครั้งแรก โดยผ่านระบบโทรศัพท์ ความเร็วของโมเด็มที่ใช้ในขณะนั้นมีความเร็ว 2,400 บิต/วินาที จนกระทั่งวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2531 ได้มีการส่งอีเมลฉบับแรกที่ติดต่อระหว่างประเทศไทยกับมหาวิทยาลัยเมลเบิร์น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์จึงเปรียบเสมือนประตูทางผ่าน (Gateway) ของไทยที่เชื่อมต่อไปยังออสเตรเลียในขณะนั้น

ในปี พ.ศ. 2533 ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ได้ทำการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ของสถาบันการศึกษาของรัฐเข้าด้วยกัน โดยมีชื่อว่าเครือข่ายไทยสาร (Thai Social/Scientific Academic and Research Network : ThaiSARN) ซึ่งประกอบด้วย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตภายในประเทศ รวมถึงการศึกษาและการวิจัย

ในปี พ.ศ. 2538 ได้มีการบริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์เกิดขึ้น เพื่อให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปและภาคเอกชนต่าง ๆ โดยมีบริษัทอินเทอร์เน็ตไทยแลนด์ (Internet Thailand) เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider : ISP) เป็นบริษัทแรก

### การทำงานของอินเทอร์เน็ต

การสื่อสารข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์จะมีโปรโตคอล (Protocol) ซึ่งเป็นระเบียบวิธีการสื่อสารที่เป็นมาตรฐานของการเชื่อมต่อกำหนดไว้ โปรโตคอลที่เป็นมาตรฐานสำหรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต คือ TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) เครื่องคอมพิวเตอร์ทุก

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องที่เชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะต้องมีหมายเลขประจำเครื่อง ที่เรียกว่า IP Address เพื่อเอาไว้อ้างอิงหรือติดต่อกับเครื่องคอมพิวเตอร์อื่น ๆ ในเครือข่าย ซึ่ง IP ในที่นี้ก็คือ Internet Protocol ตัวเดียวกับใน TCP/IP นั่นเอง IP address ถูกจัดเป็นตัวเลขชุดหนึ่งขนาด 32 บิต ใน 1 ชุดนี้ ตัวเลขจะถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ส่วนละ 8 บิตเท่า ๆ กัน เวลาเขียนจะทำการแปลงตัวเลขให้เป็นเลขฐานสิบก่อนเพื่อความง่ายแล้วเขียนโดยกันแต่ละส่วนด้วยจุด (.) ดังนั้นในตัวเลขแต่ละส่วนนี้จึงมีค่าได้ไม่เกิน 256 คือ ตั้งแต่ 0 จนถึง 255 เท่านั้น เช่น IP address ของเครื่องคอมพิวเตอร์ของสถาบันราชภัฏสวนดุสิต คือ 203.183.233.6 ซึ่ง IP Address ชุดนี้จะใช้เป็นที่อยู่เพื่อการติดต่อกับเครื่องคอมพิวเตอร์ตัวอื่น ๆ ในเครือข่าย

### รูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

1. บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน ISDN (Integrated Service Digital Network) เป็นการเชื่อมต่อสายโทรศัพท์ระบบใหม่ที่รับส่งสัญญาณเป็นดิจิทัลทั้งหมด อุปกรณ์และชุมสายโทรศัพท์จะเป็นอุปกรณ์ที่สนับสนุนระบบของ ISDN โดยเฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องโทรศัพท์และโมเด็มสำหรับ ISDN องค์ประกอบของการต่ออินเทอร์เน็ตด้วยระบบโทรศัพท์ ISDN ได้แก่

1.1 Network Terminal (NT) เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ต่อจากชุมสาย ISDN เข้ากับอุปกรณ์ดิจิทัลของ ISDN โดยเฉพาะ เช่น เครื่องโทรศัพท์ดิจิทัล เครื่องแฟกซ์ดิจิทัล

1.2 Terminal adapter (TA) เป็นอุปกรณ์แปลงสัญญาณเพื่อใช้ต่อ NT เข้ากับอุปกรณ์ที่ใช้กับโทรศัพท์บ้านระบบเดิม และทำหน้าที่เป็น ISDN modem ที่ความเร็ว 64-128 Kbps

1.3 ISDN card เป็นการติดตั้งเสียบในแผงวงจรหลักในคอมพิวเตอร์เพื่อต่อกับ NT โดยตรง ในกรณีที่ไม่ใช้ Terminal adapter

1.4 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านคู่สาย ISDN (ISDN ISP) เช่น KSC, Internet Thailand, Lox Info, JI-Net เป็นต้น โดยผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเหล่านี้จะทำการเช่าคู่สาย ISDN จากองค์การโทรศัพท์ (บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด มหาชน)

2. บริการอินเทอร์เน็ตผ่านเคเบิลโมเด็ม (Cable Modem) เป็นการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วสูงโดยไม่ใช้สายโทรศัพท์ แต่อาศัยเครือข่ายของผู้ให้บริการเคเบิลทีวี ความเร็วของการใช้เคเบิลโมเด็มในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจะทำให้ความเร็วสูงถึง 2/10 Mbps นั่น คือ ความเร็วในการอัปโหลด ที่ 2 Mbps และความเร็วในการดาวน์โหลด ที่ 10 Mbps แต่ปัจจุบันยังเปิดให้บริการอยู่ที่ 64/256 Kbps องค์ประกอบของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยเคเบิลโมเด็ม ได้แก่

2.1 ต้องมีการเดินสายเคเบิลจากผู้ให้บริการเคเบิล มาถึงบ้าน ซึ่งเป็นสายโคแอกเชียล เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำออกเผยแพร่ได้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยเป็นอย่างสูง และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ตัวแยกสัญญาณ (Splitter) ทำหน้าที่แยกสัญญาณคอมพิวเตอร์ผ่านเคเบิลโมเด็ม

2.3 Cable modem ทำหน้าที่แปลงสัญญาณ

2.4 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านเคเบิลโมเด็ม โดยในปัจจุบันมีเพียงบริษัทเดียว คือ บริษัทเอเชียเน็ตคิมเคีย ในเครือเดียวกับบริษัทเทเลคอมเอเชียผู้ให้บริการ Asia Net

3. บริการอินเทอร์เน็ตผ่านระบบโทรศัพท์ ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Loop) ADSL เป็นการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านสายโทรศัพท์แบบเดิม แต่แตกต่างกันที่ใช้การส่งด้วยความถี่สูงกว่าระบบโทรศัพท์แบบเดิม ชุมสายโทรศัพท์ที่ให้บริการหมายเลข ADSL จะมีการติดตั้งอุปกรณ์ คือ DSL Access Module เพื่อทำการแยกสัญญาณความถี่สูงออกจากระบบโทรศัพท์เดิม และลัดเข้าเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้โดยตรง ส่วนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจะต้องมี ADSL Modem ที่เชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์ โดยการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL จะมีความเร็วอยู่ที่ 64/128 Kbps (อัพโหลดที่ 64 Kbps และ ดาวน์โหลดที่ 128 Kbps) และที่ 128/256 Kbps (อัพโหลดที่ 128 Kbps และ ดาวน์โหลดที่ 256 Kbps) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทางเลือกใช้บริการ องค์กรประกอบของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วย ADSL ได้แก่

3.1 ADSL modem ทำหน้าที่ในการแปลงสัญญาณ

3.2 Splitter ทำหน้าที่แยกสัญญาณความถี่สูงของ ADSL จากสัญญาณโทรศัพท์แบบ

ธรรมดา

3.3 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน ADSL ได้แก่ Asia Net, Loxinfo, KSC, CS Internet, Anet, Samart, JI-Net

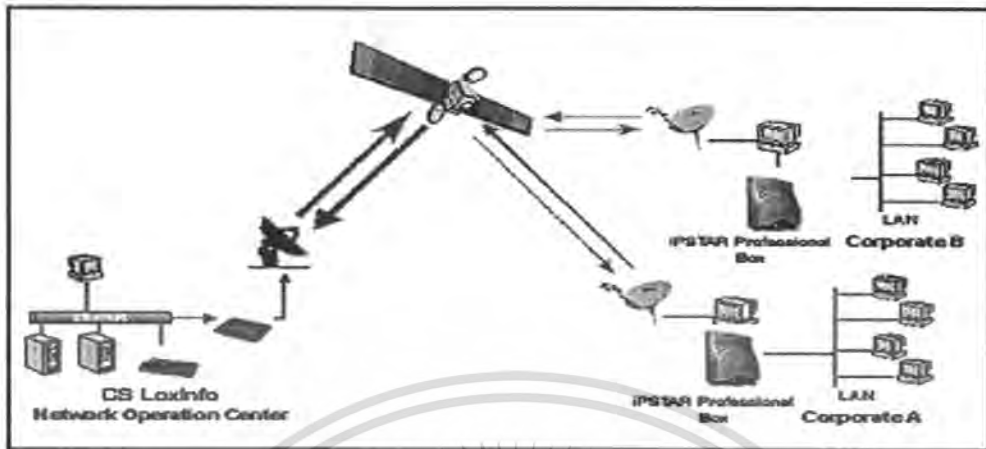
4. บริการอินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียม (Satellite Internet) เป็นบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอีกประเภทหนึ่ง ซึ่งในปัจจุบันใช้การส่งผ่านดาวเทียมแบบทางเดียว (One way) คือ จะมีการส่งสัญญาณมายังผู้ใช้ (download) ด้วยความเร็วสูงในระดับเมกะบิตต่อวินาที แต่การส่งสัญญาณกลับไปหรือการอัพโหลด จะทำได้โดยผ่านโทรศัพท์แบบธรรมดา ซึ่งจะมีความเร็วอยู่ที่ 56 Kbps การใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียมอาจได้รับการรบกวนจากสภาพอากาศได้ง่าย องค์กรประกอบของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยดาวเทียม

4.1 งานดาวเทียมขนาดเล็ก

4.2 อุปกรณ์รับสัญญาณจากดาวเทียมเพื่อแปลงเข้าสู่คอมพิวเตอร์

4.3 โมเด็มธรรมดา พร้อมสายโทรศัพท์ 1 คู่สาย เพื่อส่งสัญญาณกลับ (Upload)

4.4 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียม ในปัจจุบันมีเพียงรายเดียว คือ CS Internet ในเครือชินคอร์ปอเรชั่น

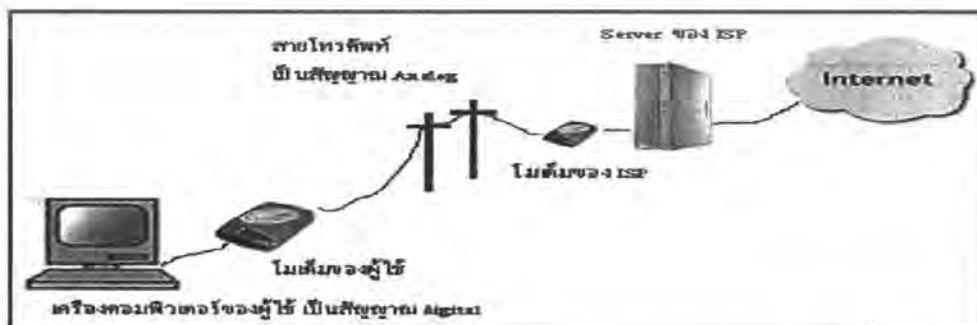


ภาพที่ 6 การเชื่อมต่อของการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านดาวเทียม

ที่มา : <http://dusithost.dusit.ac.th/>

### กลุ่มผู้ใช้บริการประเภทบุคคลทั่วไป (Individual Users)

เป็นแบบสมาชิกรายเดือน ผู้ใช้จะต้องมีการสมัครเป็นสมาชิกที่ต้องเสียค่าบริการในแบบรายเดือน มีหลายแบบที่ผู้ใช้สามารถเลือกได้ตามความเหมาะสมของการใช้งานอินเทอร์เน็ตของตน เป็นกลุ่มของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำสม่ำเสมอ ซึ่งในประเภทนี้ธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตบางบริษัทจะมีการบริการพิเศษ เช่น ให้เนื้อที่เก็บข้อมูลของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ให้พื้นที่เว็บไซต์ หรือเพิ่มบริการเสริมในรูปแบบต่างๆ ซึ่งบริษัทผู้ให้บริการส่วนใหญ่ที่มีการให้บริการในรูปแบบนี้ ซึ่งการให้บริการแบบสมาชิกรายเดือน จะแบ่งประเภทสมาชิกเป็น 2 แบบ คือ แบบให้บริการได้เฉพาะภายในประเทศ และแบบให้บริการได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ



ภาพที่ 7 การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตรายบุคคล (Individual Connection)

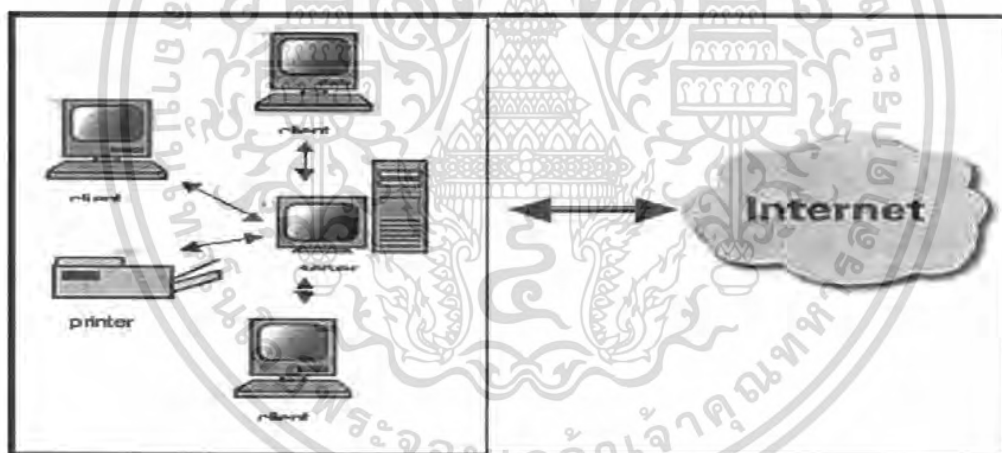
ที่มา : <http://dusithost.dusit.ac.th/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่โดยคณะกรรมาธิการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### กลุ่มผู้ใช้งานในประเภทองค์กร (Corporate Users)

ให้บริการผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเภทองค์กร สำหรับองค์กรธุรกิจที่จะได้รับประโยชน์จากบริการใหม่นี้ ต้องเป็นองค์กรที่มีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ต (Corporate Internet) หรือการประชุมทางไกล เช่น กลุ่มธุรกิจขนาดกลางถึงขนาดย่อม หรือธุรกิจอื่น ๆ เช่น อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ธุรกิจเกมออนไลน์ ธุรกิจบันเทิง (Entertainment) การเรียนการสอนทางไกล (E-Learning) และธุรกิจโฆษณา ก็สามารถนำบริการนี้มาเป็นส่วนสร้างความสำเร็จขององค์กรได้เช่นกัน

การให้บริการของธุรกิจผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเภทบุคคลทั่วไปและองค์กร และบริการที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตนั้นจะเห็นได้ว่าแต่ละบริษัทจะมีบริการให้เลือกที่แตกต่างกันไป ซึ่งบริการแต่ละแบบก็จะเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ซึ่งยังมีบริการหลากหลายมากขึ้น ก็จะยิ่งทำให้ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้นเช่นกัน



ภาพที่ 8 การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบองค์กร (Corporate Connection)

ที่มา : <http://dusithost.dusit.ac.th/>

### ความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในเขตลาดกระบัง

บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรือระบบ ADSL ในประเทศไทยได้เกิดขึ้นมานานแล้ว โดยบริษัทยูไนเต็ด บรอดแบนด์ เทคโนโลยี จำกัด (UBT) ในเครือยูคอม เป็นผู้ให้บริการเป็นรายแรก ในปี 2542 ตามมาด้วยบริษัทเลนโซ่ดาต้าคอม จำกัด (Q-NET) และบริษัทสามารบ บรอดแบนด์ เซอร์วิส จำกัด ซึ่งทั้ง 3 บริษัท เป็นบริษัทที่ร่วมทุนกับองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยเปิดให้บริการแก่ผู้หมายเลขขององค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

ครอบคลุมพื้นที่กว่า 35 ชุมสายในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีบริษัทเทเลคอมเอเชียที่ได้เปิดให้บริการแก่ผู้ใช้งานหมายเลขโทรศัพท์ของบริษัทในชื่อของ TA Express และองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยเป็นรายล่าสุด แต่ในอดีตยังมีผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไม่แพร่หลายนัก โดยมักจะใช้บริการกันภายในสถาบันศึกษาและหน่วยงานของรัฐและเอกชนเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากมีราคาค่อนข้างสูงรวมถึงความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยังไม่มากนัก

จนกระทั่งปี 2547 อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้รับความนิยมและนำมาใช้ในที่อยู่อาศัยต่าง ๆ เช่น อาคาร บ้านเรือน อพาร์ทเมนต์ และหอพักต่าง ๆ รวมถึงหอพักในเขตลาดกระบัง ซึ่งส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยเริ่มแรกนั้นเกิดจากที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้เริ่มนำเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายเข้ามาใช้งาน โดยให้สำนักวิจัยและบริการคอมพิวเตอร์เป็นผู้ให้บริการแก่นักศึกษาและบุคลากรภายในสถาบันที่มีความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จึงทำให้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเป็นที่รู้จักและแพร่หลายในหมู่นักศึกษามากขึ้น รวมถึงความสามารถในการค้นหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลาไม่เกิดปัญหาสายหลุด จากข้อดีเหล่านี้จึงทำให้ผู้ประกอบการหอพักในเขตลาดกระบัง ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าว ตลอดจนการตอบสนองต่อความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของนักศึกษาที่มีมากขึ้นจากเดิม จึงเกิดการนำอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเข้ามาให้บริการแก่ผู้อยู่อาศัยภายในหอพัก โดยหอพักส่วนใหญ่ที่มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในระยะเริ่มแรกนั้นจะเป็นหอพักที่ได้มีการสร้างขึ้นใหม่ เช่น หอพักอิสรณ์ หอพักนิชา หอพักกมล เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มความสะอาดสบายและดึงดูดใจให้มีผู้เข้ามาพักอาศัยจำนวนมาก

ในปัจจุบันหอพักต่าง ๆ ในเขตลาดกระบังได้ปรับเปลี่ยนมาใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงกันมากขึ้น จากเดิมที่มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบ 56K Dial-Up Modem ซึ่งเป็นการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบดั้งเดิมที่ผู้ใช้บริการสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตโดยการหมุน โมเด็ม ไปยัง ISP ผ่านสายโทรศัพท์ ทำให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในหอพักต้องพบกับอุปสรรคในการใช้งาน เพราะนอกจากจะมีความเร็วต่ำแล้วระบบโทรศัพท์ในหอพักจะผ่านระบบ PABX ซึ่งมักจะตัดตามระยะเวลาที่กำหนด อีกทั้งการหมุน โมเด็มผ่านระบบ PABX ความเร็วในการเชื่อมต่อจะถูกลดทอนลง เหลือเพียง 33.6 Kbps เท่านั้น และยังมีปัญหาสายไม่ว่างและสายหลุดอยู่เป็นประจำ นอกจากนี้การเปลี่ยนมาใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยังส่งผลดีต่อผู้ประกอบการหอพัก คือ ช่วยสร้างจุดดึงดูดลูกค้าให้กับเจ้าของกิจการทำให้กิจการได้ลูกค้าเพิ่มขึ้น สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้พักอาศัยเพราะสะดวกใช้งานได้ตลอดเวลา สร้างรายได้เพิ่มให้กับเจ้าของกิจการโดยใช้ทรัพยากรพื้นฐานที่มีอยู่ และสร้างภาพลักษณ์ด้านความทันสมัยให้กับเจ้าของหอพักได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เทคโนโลยีสำหรับการให้บริการอินเทอร์เน็ตในห้องพักในเขตลาดกระบัง

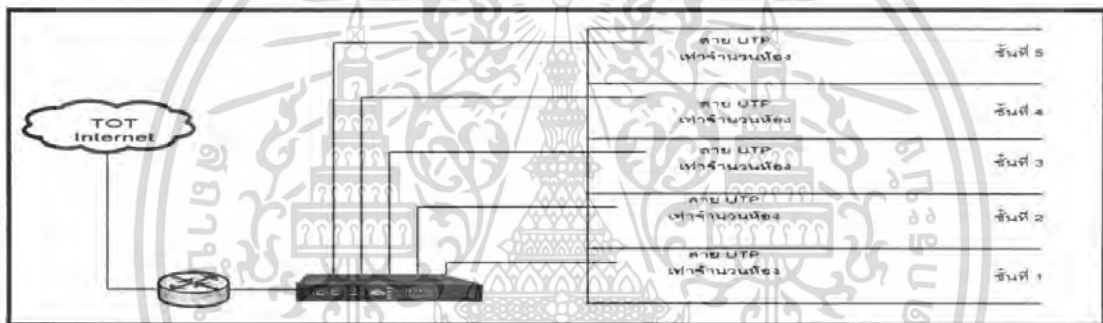
ปัจจุบันเทคโนโลยีที่สามารถนำมาประยุกต์เพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในอาคารเช่าและห้องพักมีหลายเทคโนโลยีที่สามารถให้บริการได้ในอาคารเช่าและห้องพัก ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. Traditional LAN (UTP= Unshielded Twisted Pair)
2. Wireless LAN (Wi-Fi)
3. HomePNA (ADSL)

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบข้อดี – ข้อเสียของเทคโนโลยีสำหรับการให้บริการอินเทอร์เน็ตในห้องพัก

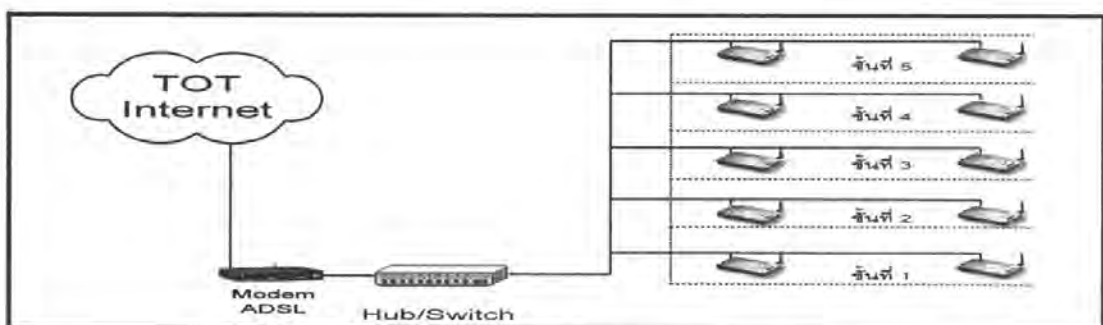
เทคโนโลยี	ข้อดี	ข้อเสีย
Traditional LAN (UPT)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความเร็วสูง (100 Mbps)</li> <li>- อุปกรณ์หาได้ง่าย</li> <li>- เชื่อมต่อตลอดเวลา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ติดตั้งได้ยากหากเป็นอาคารเก่า</li> <li>- ไม่เหมาะกับการเดินสายใหม่</li> <li>- ค่าใช้จ่ายในการติดตั้งสูง</li> <li>- การรื้อถอนทำได้ยาก</li> </ul>
Wireless LAN	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความเร็วสูง (11 Mbps)</li> <li>- สะดวกต่อการใช้งาน</li> <li>- เชื่อมต่อได้ตลอดเวลา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ติดตั้งยากและต้องใช้ผู้ชำนาญ</li> <li>- ในการออกแบบเครือข่าย</li> <li>- ปัญหาความปลอดภัยของเครือข่าย</li> <li>- ชนิดของโครงสร้างอาคารเป็นตัวกำหนดต้นทุนด้วย</li> </ul>
Home PNA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความเร็ว ( 1 Mbps) เพียงพอต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ต</li> <li>- เชื่อมต่อได้ตลอดเวลา</li> <li>- ติดตั้งง่าย</li> <li>- ไม่ต้องเดินสายใหม่</li> <li>- สามารถใช้งานได้พร้อม</li> <li>- กับโทรศัพท์ปกติ</li> <li>- รื้อถอนได้ง่าย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความเร็วต่ำกว่าแบบอื่น ๆ</li> </ul>

1. การให้บริการเครือข่ายแบบ Traditional LAN (UTP (Unshielded Twisted Pair)) คือรูปแบบการให้บริการเครือข่าย LAN นั้นเอง ดังนั้นความเร็วในการติดต่อของผู้ใช้ในแต่ละห้องจะเท่ากับ 100 Mbps แต่ในการใช้งานจำเป็นต้องเดินสาย UTP หรือสาย LAN ไปทุกห้องที่ให้บริการ โดยผู้เช่าจะได้ความเร็วในการเชื่อมต่อไปยัง Hub-Switch เท่ากับ 100 Mbps และจาก Hub-Switch ต่อไปยังโครงข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้ให้บริการด้วยระบบ ADSL ระดับความเร็วอยู่ที่ 2 Mbps จำนวน 2 วงจร ถ้าผู้ใช้มีการใช้งานในการติดต่อและโหลดข้อมูลพร้อมกัน ทั้ง 48 คน จะได้ความเร็วในการโหลดข้อมูลคนละ 86 Kbps ซึ่งปกติแล้วในการให้บริการอินเทอร์เน็ตการโหลดข้อมูลจะใช้งานไม่พร้อมกันดังนั้นความเร็วในการโหลดข้อมูลนี้จะเป็นความเร็วที่น้อยที่สุดที่สามารถทำการโหลดข้อมูลได้



ภาพที่ 9 การเชื่อมต่อเข้าเครือข่ายโดยในอาคารใช้ Hub Switch ต่อพอร์ต ขนาด 48 พอร์ต  
ที่มา : <http://dusithost.dusit.ac.th/>

2. Wireless LAN (Wi-Fi (Wireless Fidelity)) เป็นเทคโนโลยีที่ปัจจุบันที่มีการให้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงตามโรงแรมใหญ่ ๆ และเช่นเดียวกันสามารถให้บริการทั้งในอาคารเช่าและหอพัก



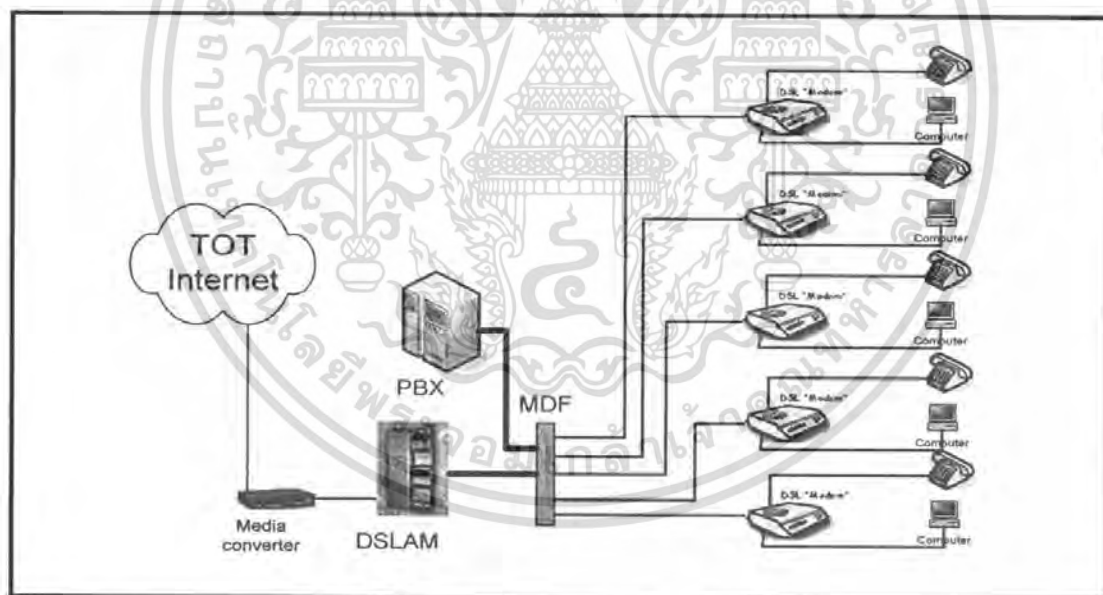
ภาพที่ 10 การเชื่อมต่อแบบ Wireless LAN ในกรณีศึกษาอาคาร 5 ชั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ที่มา : <http://dusithost.dusit.ac.th/>

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ออกห่างให้มีเหตุผลแต่สิ่งเหล่านี้ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. แบบของ ADSL สำหรับหอพัก เป็นเทคโนโลยีที่ใช้ผ่านเครือข่ายของสายโทรศัพท์ธรรมดาซึ่งในหอพักมีให้บริการอยู่แล้วไม่จำเป็นต้องเดินสายใหม่ ในขณะเดียวกันก็ยังสามารถใช้โทรศัพท์ธรรมดาได้อย่างปกติ ความเร็วในการเชื่อมต่อจะเป็นไปตามคุณสมบัติของ ADSL ขณะเดียวกันระยะทางของสายในการเชื่อมต่อก็ไม่เป็นปัญหาเพราะสามารถเชื่อมต่อได้ระยะทางไกล และเพียงพอสำหรับการติดตั้งในอาคารสูงมีหลายชั้น แต่ในการใช้งานผู้เช่าจำเป็นต้องมีตัวโมเด็ม ADSL ที่ปลายทาง (ในห้อง)

การเชื่อมต่อให้บริการแก่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแต่ละห้อง โดยการเชื่อมต่อที่ MDF ซึ่งเป็นจุดรวมสายที่จะต่อไปทุกห้องในการให้บริการโทรศัพท์ของอาคารเช่าและหอพัก และที่จุดนี้จะมีการเชื่อมรวมเอาสัญญาณที่จะใช้อินเทอร์เน็ตส่งไปด้วย และที่ปลายทางของแต่ละห้องจะต้องมี โมเด็ม ADSL เพื่อแยกสัญญาณโทรศัพท์ธรรมดาให้กับเครื่องโทรศัพท์ โดยแจ็ก โมดูล RJ-15 และแยกสัญญาณอินเทอร์เน็ต โดยต่อผ่านแจ็ก โมดูล RJ-45 ซึ่งคือสาย UTP หรือสาย LAN



ภาพที่ 11 การเชื่อมต่อและให้บริการโดยใช้เทคโนโลยีแบบ ADSL ในหอพัก

ที่มา : <http://dusithost.dusit.ac.th/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ความแตกต่างระหว่างบริการเอดีเอสแอล และ โมเด็ม 56K

หัวข้อ	ADSL Services	Dial-Up Modem (56K)
ค่าใช้จ่าย	<ul style="list-style-type: none"> <li>ค่าบริการเครือข่ายเอดีเอสแอล และค่าบริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยประมาณ 25-90 บาทต่อชั่วโมง (ขึ้นอยู่กับระดับความเร็วและแบบที่เลือกใช้)</li> <li>ควบคุมค่าใช้จ่ายได้แน่นอน ไม่ต้องเสียค่าหมูนโมเด็ม</li> <li>ค่าโมเด็มเอดีเอสแอล ราคา 2,000 - 22,000 บาท</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ค่าบริการอินเทอร์เน็ต 5-15 บาทต่อชั่วโมง</li> <li>ค่าหมูนโมเด็มครั้งละ 3 บาท แต่อาจมีปัญหาคอขวด ค่าใช้จ่ายที่แน่นอนไม่ได้ เพราะสาเหตุสายหลุดบ่อย</li> <li>ค่าโมเด็ม 550-3,800 บาท</li> </ul>
ความเร็ว	<ul style="list-style-type: none"> <li>128 Kbps – 512 Kbps</li> <li>สามารถปรับระดับความเร็ว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ไม่เกิน 56 Kbps</li> <li>ไม่สามารถปรับระดับความเร็วได้</li> </ul>
การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	<ul style="list-style-type: none"> <li>สามารถ Log in ได้ทันที</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ต้องหมูนโมเด็มเข้าระบบแล้วจึงเข้าอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งอาจเกิดปัญหาสายไม่ว่าง</li> </ul>
ความต่อเนื่องในการใช้งาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>ใช้งานได้ต่อเนื่องโดยไม่มีปัญหาสายหลุด (Always - on access)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>อาจมีปัญหาคอขวด</li> </ul>
การใช้โทรศัพท์	<ul style="list-style-type: none"> <li>สามารถใช้โทรศัพท์ได้ในเวลาเดียวกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ไม่สามารถใช้โทรศัพท์ได้ในเวลาเดียวกัน</li> </ul>
กลุ่มลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้ใช้ตามบ้านและสำนักงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้ใช้ตามบ้าน</li> </ul>
แอปพลิเคชัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>การรับส่งข้อมูล (File transfer) มัลติมีเดีย การประชุมทางไกล และเกมส์ออนไลน์ เป็นต้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การใช้งานโดยทั่วไปที่มีความเร็วต่ำ</li> </ul>

ที่มา : สำนักคอมพิวเตอร์ มศว., 2546 : 56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษาการรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการหอพักนักศึกษาในเขตลาดกระบังที่มีการนำอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมาให้บริการแก่ผู้พักอาศัยภายในหอพัก จำนวน 60 คน แบ่งการวิเคราะห์ผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก

#### ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

##### ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการหอพัก

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการหอพักในเขตลาดกระบังที่มีการนำอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมาให้บริการแก่ผู้พักอาศัยภายในหอพัก พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.7 ซึ่งมีสัดส่วนเกินกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แต่มีอัตราส่วนไม่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างเพศชายมากนัก อายุของกลุ่มตัวอย่างในช่วง 40-49 ปี ร้อยละ 36.7 มีเพียงส่วนน้อยที่มีอายุ 20-29 ปี ร้อยละ 10.0 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ ปวช.หรือปวส.หรืออนุปริญญา มัธยมศึกษา ปริญญาโทหรือสูงกว่า ตามลำดับ มีเพียงร้อยละ 3.3 เท่านั้น ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลักในการทำกิจการหอพัก ร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 15.0 โดยมีสถานะเป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าของหอพัก มากที่สุด ร้อยละ 71.7 (ตารางที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการหอพัก (N=60)

ลักษณะ	ร้อยละ
<b>เพศ</b>	
หญิง	56.7
ชาย	43.3
<b>อายุ</b>	
40-49 ปี	36.7
มากกว่า 50 ปี	26.7
30-39 ปี	26.7
20-29 ปี	10.0
<b>ระดับการศึกษา</b>	
ปริญญาตรี	58.3
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	21.7
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	8.3
มัธยมศึกษา	8.3
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	3.3
<b>อาชีพหลัก</b>	
เจ้าของกิจการหอพัก	48.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25.5
รับจ้างทั่วไป	15.0
พนักงานบริษัทเอกชน	11.7
<b>สถานะที่เกี่ยวข้องกับหอพัก</b>	
ผู้ประกอบการ/เจ้าของหอพัก	71.7
ผู้ดูแลหอพัก	15.0
ผู้จัดการหอพัก	13.3
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ลักษณะทั่วไปของหอพัก

ผลการศึกษาผู้ประกอบการหอพัก พบว่าหอพักส่วนใหญ่มีลักษณะธุรกิจเป็นกิจการเจ้าของคนเดียวมากที่สุด ร้อยละ 71.7 รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วน และบริษัท ร้อยละ 6.7 ระยะเวลาดำเนินการมาแล้ว 1-5 ปี ร้อยละ 45 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาดำเนินการในช่วง 6-10 ปี และมากกว่า 10 ปี มีอัตราส่วนเท่ากัน ร้อยละ 25.0 อัตราค่าเช่ารายเดือนส่วนใหญ่ 2,001 – 3,000 บาท ร้อยละ 51.7 3,001– 4,000 บาท ร้อยละ 35.0 มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตในหอพักเป็นแบบระบบโทรศัพท์พื้นฐานและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไร้สาย (Wi-Fi) ร้อยละ 38.3 โดยบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ISDN) น้อยที่สุด ร้อยละ 3.3 ซึ่งผู้ประกอบการหอพักจะดำเนินการติดตั้งโดยการจัดซื้อเองเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 43.3 รองลงมา ได้แก่ บริษัททศท. กอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ดำเนินการให้ บริษัทอื่น ๆ ดำเนินการให้ และเช่าจากบริษัท น้อยที่สุด ร้อยละ 1.7 มีรายได้จากการให้บริการอินเทอร์เน็ตประมาณ 3,000-5,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 45.0 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างหอพัก (N=60)

ลักษณะ	ร้อยละ
<b>ลักษณะของกิจการ</b>	
กิจการเจ้าของคนเดียว	71.7
ห้างหุ้นส่วน	18.3
บริษัท	6.7
กิจการในครอบครัว	3.3
<b>ระยะเวลาในการดำเนินการ</b>	
1 ปี – 5 ปี	45.0
6 ปี – 10 ปี	25.0
10 ปีขึ้นไป	25.0
ต่ำกว่า 1 ปี	5.0
<b>อัตราเช่ารายเดือน</b>	
2,001 – 3,000 บาท	51.7
3,001– 4,000 บาท	35.0
มากกว่า 4,000 บาท	8.3
1,000 – 2,000 บาท	5.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4 (ต่อ)

ลักษณะ	ร้อยละ
<b>บริการอินเทอร์เน็ตในห้องพัก</b>	
โทรศัพท์พื้นฐาน	38.3
Wi-Fi	38.3
ADSL	20.0
ISDN	3.3
<b>การติดตั้งบริการอินเทอร์เน็ต</b>	
จัดซื้อเอง	43.3
ทศท ดำเนินการ	28.3
บริษัทอื่น ๆ ดำเนินการ	26.7
เช่าจากบริษัท	1.7
<b>รายได้ต่อเดือนจากการให้บริการอินเทอร์เน็ต</b>	
3,000-5,000 บาท	45.0
น้อยกว่า 3,000 บาท	23.3
5,000-7,000 บาท	11.7
มากกว่า 7,000 บาท	20.0
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>

## ส่วนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกินกว่าครึ่งหนึ่งหรือร้อยละ 68.3 ไม่ทราบว่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทำงานอย่างไร และกลุ่มตัวอย่างที่ทราบเกี่ยวกับการทำงานของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ร้อยละ 31.7 (ตารางผนวกที่ 1) สำหรับการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยังไม่เพียงพอ ร้อยละ 58.3 และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอย่างเพียงพอ ร้อยละ 41.7 (ตารางผนวกที่ 2)

การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากสื่อประเภทต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างจะมีการรับรู้ในระดับปานกลาง สำหรับข้อมูลจากสื่อประเภทโทรทัศน์หรือวิทยุ ร้อยละ 51.7 หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ร้อยละ 58.3 จากเพื่อน หรือคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 60.0 แผ่นพับ ใม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โฆษณา ร้อยละ 43.3 และการรับรู้ระดับต่ำ สำหรับสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 33.3 และงานแสดงสินค้าร้อยละ 3.3 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากงานแสดงสินค้าไม่ได้มีการจัดขึ้นบ่อยครั้ง และในการชมงานแสดงสินค้าจำเป็นต้องใช้เวลาพอสมควรเพื่อการชมสิ่งที่สนใจ ซึ่งผู้ประกอบการหอพักอาจไม่มีเวลาเพียงพอ และไม่สะดวกในการเดินทาง โดยสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และจากเพื่อนหรือคนรู้จัก เป็นแหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างสามารถรับรู้ได้ทุกคน (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ร้อยละของความคิดเห็นต่อระดับการรับรู้เกี่ยวกับการให้บริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงจากสื่อประเภทต่าง ๆ

ประเภทสื่อ	ระดับการรับรู้			ไม่รู้	รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก		
โทรทัศน์/วิทยุ	15.0	51.7	31.7	1.7	100.0
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร	15.0	58.3	26.7	0.0	100.0
อินเทอร์เน็ต	33.3	28.3	20.0	18.3	100.0
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ	16.7	60.0	23.3	0.0	100.0
แผ่นพับโฆษณา	38.3	43.3	13.3	5.0	100.0
งานแสดงสินค้า	51.7	13.3	3.3	31.7	100.0

#### การประเมินผลการรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ระดับความรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการประเมิน ผลการตอบคำถาม (ตารางผนวกที่ 3) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับปานกลางที่ระดับคะแนน 5-7 ร้อยละ 45.0 ระดับต่ำที่ระดับคะแนน 0-4 ร้อยละ 28.3 และระดับสูงที่ระดับคะแนน 8-10 ร้อยละ 26.7 (ตารางที่ 6)

จากการศึกษาความรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ยังพบอีกว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ คือ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงช่วยให้การรับ-ส่งข้อมูล ได้รวดเร็วมากที่สุด ร้อยละ 93.3 รองลงมาคือ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถรองรับงานในด้าน Multimedia ทั้งภาพ เสียง และข้อมูล ร้อยละ 90.0 ส่วนเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างไม่ทราบมากที่สุด ได้แก่ เรื่องของ  
 เอกบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถต่อกับคอมพิวเตอร์ได้หลายเครื่องในอินเทอร์เน็ตสายเคเบิล  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยผ่านเอซีเอสแอล โมเด็มเร้าท์เตอร์ ร้อยละ 45.0 รองลงมา ได้แก่ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ให้บริการได้เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงนนทบุรี สมุทรปราการ และ ปทุมธานีเท่านั้น ร้อยละ 23.3 และบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถต่ออินเทอร์เน็ตได้ ตลอดเวลา (Always-on access) โดยไม่มีปัญหาสายหลุดหรือสายไม่ว่าง ร้อยละ 21.7 โดยมีการตอบ ผิดมากที่สุดในส่วนขอโทรศัพท์ที่เป็นเบอร์สายตรงและเบอร์ต่อเท่านั้นที่สามารถใช้งานกับบริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ร้อยละ 60.0

ตารางที่ 6 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ระดับความรู้	ร้อยละ
ระดับต่ำ	28.3
ระดับปานกลาง	45.0
ระดับสูง	26.7
รวม	100.0

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยในด้านราคา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.99 รองลงมา คือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางการส่งเสริมการขาย และปัจจัย ทางด้านการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92, 3.59 และ 3.51 ตามลำดับ (ตารางที่ 7) เมื่อจำแนก องค์ประกอบย่อยในแต่ละด้าน พบดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าเกือบทุกองค์ประกอบมีระดับความสำคัญสูง ซึ่งในเรื่องของ ความสะดวกและง่ายต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญสูงสุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือเรื่องความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล ชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ ความหลากหลายของอุปกรณ์ต่อเชื่อม (Modem) และระบบความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95, 3.78, 3.13 และ 2.85 ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านราคา** พบว่าทุกองค์ประกอบมีระดับความสำคัญสูงต่อการตัดสินใจเลือก ใช้ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ไม่ว่าจะเป็นอัตราค่าบริการรายเดือน และค่าอุปกรณ์ต่อเชื่อม มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และ 3.78 ตามลำดับ โดยมีเพียงค่าซ่อมบำรุงรักษาอุปกรณ์เท่านั้นที่มีระดับ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นใบโฆษณาชิ้นด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ซึ่งอัตราค่าบริการรายเดือนจัดว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าบริการอินเทอร์เน็ตแบบธรรมดา (Dial-Up Modem) และผู้พักอาศัยภายในหอพักส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ยังไม่มีรายได้ ผู้ประกอบการหอพักจึงต้องให้ความสำคัญในเรื่องของอัตราค่าบริการรายเดือนมากที่สุด

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าทุกองค์ประกอบมีระดับความสำคัญปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องการมีศูนย์ให้บริการครอบคลุมในพื้นที่พักอาศัยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 รองลงมา ได้แก่ มีการรับสมัครผู้ใช้จากหลายแห่ง เช่น Web Site งานแสดงสินค้า IT ห้างสรรพสินค้า และการมีผู้ให้บริการหลายราย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และ 2.93

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่าเกือบทุกองค์ประกอบมีระดับความสำคัญปานกลาง ทั้งเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริการเสริม และของสมนาคุณหรือของแถม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60, 3.10 และ 2.97 ยกเว้นเรื่องของการให้บริการหลังการขายที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.92	0.87	สูง
1. สะดวกและง่ายต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต	4.23	0.72	สูง
2. ความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล	3.95	0.75	สูง
3. ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์	3.78	0.76	สูง
4. ความหลากหลายของอุปกรณ์ต่อเชื่อม (Modem)	3.13	0.75	ปานกลาง
5. ระบบความปลอดภัยของข้อมูล	2.85	1.16	ปานกลาง
ด้านราคา	3.99	0.90	สูง
6. อัตราค่าบริการรายเดือน	4.28	0.56	สูง
7. ค่าอุปกรณ์ต่อเชื่อม (Modem)	3.78	0.80	สูง
8. ค่าซ่อมบำรุงรักษาอุปกรณ์	3.65	0.76	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.51	0.95	ปานกลาง
9. มีศูนย์ให้บริการครอบคลุมในพื้นที่พักอาศัย	3.47	0.77	ปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรณีนี้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 7 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ระดับ ความสำคัญ
10. มีการรับสมัครผู้ใช้จากหลายแห่ง เช่น Web Site	3.03	0.74	ปานกลาง
11. มีผู้ให้บริการหลายราย	2.93	1.04	ปานกลาง
ด้านส่งเสริมการขาย	3.59	0.89	ปานกลาง
12. การให้บริการหลังการขาย	3.85	0.80	สูง
13. บริการเสริมอื่น ๆ เช่น Content ต่าง ๆ	3.60	0.67	ปานกลาง
14. การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	3.10	0.77	ปานกลาง
15. ของสมนาคุณ/ของแถม	2.97	0.88	ปานกลาง

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้เกี่ยวกับบริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อทดสอบสมมติฐานตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรือไม่ โดยวิธีทางสถิติ Chi-Square ของ Pearson เพื่อแปลความหมายและสรุปผลการศึกษา (ตารางที่ 8)

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าเพศมีความสัมพันธ์ของระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 และระดับการศึกษากับระยะเวลาในการดำเนินงานมีความสัมพันธ์ของระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 สำหรับอายุและอาชีพไม่มีความสัมพันธ์ของระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการรับรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงขึ้นอยู่กับความสนใจของแต่ละบุคคลเป็นหลักที่จะทำการศึกษาค้นคว้า หรือหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งอายุไม่ได้เป็นข้อจำกัดในการรับรู้ของแต่ละบุคคล และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพหลักประกอบกิจการหอพัก มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ ด้วย เช่น พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และรับจ้างทั่วไป จึงทำให้อาชีพไม่มีผลต่อระดับการรับรู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ของระดับการรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงกับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับสถิติ	
	$\chi^2$	Sig.
เพศ	11.176	0.004**
อายุ	11.877	0.065
ระดับการศึกษา	15.749	0.046*
อาชีพ	8.448	0.207
ระยะเวลาในการดำเนินงาน	15.692	0.016*

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญระดับ 0.01

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อทดสอบสมมติฐานตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรือไม่ ซึ่งจำแนกได้เป็น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าเพศ และอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 และที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 และระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาในการดำเนินงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขายต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ผู้ประกอบการหอดักคำนี้ถึงปัจจัยทางการตลาดที่ใกล้เคียงกัน คือให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด จึงทำให้ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาในการดำเนินงาน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการหอดัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงกับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยทางการตลาด	เพศ		อายุ		ระดับการศึกษา		อาชีพ		ระยะเวลาในการดำเนินการ	
	$\chi^2$	Sig.	$\chi^2$	Sig.	$\chi^2$	Sig.	$\chi^2$	Sig.	$\chi^2$	Sig.
	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	8.267	0.041*	25.093	0.003**	16.314	0.177	7.327	0.603	7.722
ปัจจัยด้านราคา	3.598	0.165	9.624	0.141	6.038	0.643	4.50	0.609	5.40	0.494
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	1.374	0.503	5.831	0.444	4.476	0.812	8.153	0.227	5.421	0.491
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	2.895	0.408	18.587	0.029	9.392	0.669	13.380	0.146	8.252	0.509

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญระดับ 0.01

## ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ หอพักนักศึกษาในเขตลาดกระบังที่มีการนำอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมาให้บริการแก่ผู้พักอาศัย ภายในหอพัก ได้ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไว้และสามารถรวบรวมได้ ดังนี้

1. ต้องการให้การควบคุมการใช้งานในด้านต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับผู้ใช้แต่ละประเภท เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในการใช้อินเทอร์เน็ตไปในทางที่ไม่ถูกต้องหรือไม่เป็นประโยชน์ และสามารถตอบสนองผู้ใช้งานได้ตรงตามความต้องการมากที่สุด

2. เนื่องจากบางช่วงเวลามีผู้ใช้เป็นจำนวนมาก ทำให้ไม่สามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้ได้จึงเกิดปัญหาขัดข้องขึ้น ประกอบกับผู้ประกอบการหอพักเองไม่มีความรู้ด้านอินเทอร์เน็ต จึงไม่สามารถจัดการ หรือแก้ไขกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแก่ผู้ใช้ได้ ทั้งนี้ต้องการให้บริษัทผู้ให้บริการใช้เวลาในการดำเนินการแก้ไขด้วยความรวดเร็ว

3. บริษัทผู้ให้บริการควรพิจารณาระบบ การตรวจสอบสภาพความพร้อมของระบบ และ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอเพื่อป้องกันอุปกรณ์ชำรุด และเกิดความสะดวแก่ผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### สรุป

การศึกษาการรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก เพื่อทราบถึงการรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พร้อมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการหอพักในเขตลาดกระบังที่มีการนำอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมาให้บริการแก่ผู้พักอาศัยภายในหอพักจำนวน 60 คน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการหอพักส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 40-49 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพหลักเป็นเจ้าของกิจการหอพักเพียงอย่างเดียว โดยมีสถานะเป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าของหอพักมากที่สุด ลักษณะการดำเนินกิจการเป็นแบบเจ้าของคนเดียว มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการในช่วง 5-10 ปี อัตราค่าเช่ารายเดือนของหอพัก 2,001-3,000 บาท ให้บริการอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของโทรศัพท์พื้นฐานและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไร้สาย (Wi-Fi) และดำเนินการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงโดยการจัดซื้อเอง

การรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่าผู้ประกอบการหอพักส่วนใหญ่ไม่ทราบในลักษณะการทำงานของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และยังได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไม่เพียงพอ โดยมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทโทรทัศน์หรือวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร จากเพื่อนหรือคนรู้จัก และแผ่นพับโฆษณา ในระดับปานกลาง และสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตและงานแสดงสินค้า ในระดับต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการหอพักมีความรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ระดับต่ำ และระดับสูง ในด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก พบว่าปัจจัยในด้านราคามีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรับรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่าเพศ อายุ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ของระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ส่วนอายุและอาชีพไม่มีความสัมพันธ์ของระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก ซึ่งจำแนกได้เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย พบว่าเพศ และอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านของความหลากหลายของอุปกรณ์ต่อเชื่อม (Modem) ชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ ความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล สะดวกและง่ายต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต และระบบความปลอดภัยของข้อมูล และระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาในการดำเนินกิจการไม่มีความสัมพันธ์ของกับปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. เนื่องจากผู้ประกอบการหอพักมีความรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในระดับปานกลางจนถึงระดับต่ำ แม้ว่าจะมีสื่อแต่ก็ได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากสื่อไม่มากนัก ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในสื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์ เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อประเภทยุคคคล เช่น เพื่อนหรือคนรู้จัก งานแสดงสินค้า สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โฆษณา หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และสื่อประเภทสื่อสารมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุให้มากขึ้น และต้องใช้วิธีการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่าย เพื่อช่วยลดปัญหาด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก

2. เนื่องจากในการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ผู้ประกอบการหอพักให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้นในการดำเนินการติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผู้ประกอบการหอพักจึงควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอื่น ๆ ร่วมด้วยทั้งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย โดยมีการศึกษาถึงรูปแบบที่

เหมาะสมกับลักษณะของหอพัก เทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้เช่า คำนึงถึงความเร็วสูง ความสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ได้ตลอดเวลา ใช้โทรศัพท์ได้พร้อมกับการใช้งานอินเทอร์เน็ต ใช้งานง่ายและติดตั้งง่าย ตลอดจนการให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าแก่ผู้ประกอบการเอง

3. จากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ผู้ประกอบการหอพักให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความสะดวกและง่ายในการใช้งาน ทั้งนี้เพื่อให้การบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแก่ผู้พักอาศัยภายในหอพักมีวิธีในการต่อเข้าระบบและจำนวนคู่สายโทรศัพท์ที่รองรับการให้บริการเป็นไปโดยสะดวก ไม่เกิดปัญหาที่ต้องทำการแก้ไขในภายหลัง ดังนั้นนอกจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตแล้ว สิ่งที่ยังมีที่บริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตควรคำนึงถึง คือผู้ประกอบการหอพัก ซึ่งเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ โดยบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงควรมีการออกแบบและพัฒนาวิธีการเข้าถึงข้อมูลหรือรูปแบบการเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้มีความสะดวก รวดเร็ว และง่ายที่สุด ตลอดจนการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตให้น้อยที่สุด เพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นแก่ตัวผลิตภัณฑ์ ช่วยในการแข่งขันกับบริษัทอื่น ๆ และเป็นสิ่งจูงใจสำคัญให้ผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการหอพักตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจากบริษัทผู้ให้บริการ

## เอกสารอ้างอิง

คมสันต์ สิ้นทิววงศ์. 2546. “การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมด้านความปลอดภัยของผู้ควบคุมงานด้านสายอากาศในการไฟฟ้านครหลวง” วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จำเนียร ช่วงโชติ. 2532. จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชญาสินี เศรษฐบุตร และคณะ. 2548. “การตัดสินใจเลือกระบบรักษาความปลอดภัยและความพึงพอใจของผู้ใช้งานในการเข้าออกหอพักนักศึกษา” ปัญหาพิเศษ สาขาเทคโนโลยีการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ประเทือง ภูมิภัทราคม. 2535. “การปรับพฤติกรรม ทฤษฎีและการประยุกต์” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. ปทุมธานี : วิทยาลัยครูเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์.

มหาชาติ อินทโชติ. 2546. “การรับรู้ ความต้องการและความพึงพอใจของอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่มีต่อระบบการจัดการเรียนการสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ A.N.การพิมพ์.

สุดาทิพย์ เฟื่องสมบัติ. 2547. “การรับรู้และปัจจัยกำหนดการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สุวัฒนา ปัทมดิษฐ์. 2544. “พฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.

โสภณ เนตรสุวรรณ. 2548. “รูปแบบการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในอาคารเช่าและหอพัก” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักคอมพิวเตอร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 2546. ADSL สื่อสารข้อมูลความเร็วสูง.  
 อภิชาติ แจ่มจันทร์. 2535. “การรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน  
 ของประชาชนในโครงการนักเรียนนายร้อยตำรวจฝึกรับใช้ประชาชนในชนบท”  
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.

Kotler Philip. 1997. **Marketing Management : Analysis Planning Implementation and  
 control. 9<sup>th</sup> Edition.** New jersey : Prentice Hall International, Inc.

<a href="http://www.dusithost.dusit.ac.th/~librarian/it107/C6.htm">http://www.dusithost.dusit.ac.th/~librarian/it107/C6.htm</a>	12 ตุลาคม 2550
<a href="http://www.internet.nectec.or.th/webstats/home.php?Sec=home">http://www.internet.nectec.or.th/webstats/home.php?Sec=home</a>	13 ตุลาคม 2550
<a href="http://www.internet.nectec.or.th/webstats/home.php?Sec=home">http://www.internet.nectec.or.th/webstats/home.php?Sec=home</a>	13 ตุลาคม 2550
<a href="http://www.lanta.giti.nectec.or.th/drupal/?q=node/509">http://www.lanta.giti.nectec.or.th/drupal/?q=node/509</a>	13 ตุลาคม 2550
<a href="http://webserv.kmitl.ac.th/~kongkit/oo/index.php?d=127">http://webserv.kmitl.ac.th/~kongkit/oo/index.php?d=127</a>	14 ตุลาคม 2550
<a href="http://nectec.or.th/internet/">http://nectec.or.th/internet/</a>	12 ตุลาคม 2550
<a href="http://www.nsrc.org/case-studies/thailand/thai/TH-history-thai.pdf">http://www.nsrc.org/case-studies/thailand/thai/TH-history-thai.pdf</a>	16 มกราคม 2551
<a href="http://www.rec.mbu.ac.th/E-learning/Programing/Intro_internet.doc">www.rec.mbu.ac.th/E-learning/Programing/Intro_internet.doc</a>	16 มกราคม 2551
<a href="http://www.truecorp.co.th/tha/products/online_monthly_hi_speed.jsp">http://www.truecorp.co.th/tha/products/online_monthly_hi_speed.jsp</a>	14 ตุลาคม 2550
<a href="http://www.user.se-ed.com/content/US97/us97_131.asp#2">http://www.user.se-ed.com/content/US97/us97_131.asp#2</a>	14 ตุลาคม 2550

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ตัวอย่างรายชื่อหอพักในเขตลาดกระบัง

รายชื่อหอพักในเขตลาดกระบัง		
ลำดับที่	รายชื่อหอพัก	ที่ตั้ง
1	อิศรัตน์	เลขที่ 13/30 หมู่ 3 ซอยเก็กงาม 1 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-739-2200
2	บ้านรัตนอัมพร	เลขที่ 445 ซอยเก็กงาม 1 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-327-4111
3	บ้านวรรณรัตน์	เลขที่ 13/22-13/48 ซอยเก็กงาม 1 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-739-0014
4	กฤตเมธี	เลขที่ 405 ซอยเก็กงาม 1 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-326-4276
5	ศรัณญา 1,2	เลขที่ 13/28, 13/34 ซอยเก็กงาม 1 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520
6	กมล	เลขที่ 13/37 ซอยเก็กงาม 2 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-326-7316
7	บ้าน P.K	เลขที่ 168/3 ซอยเก็กงาม 2 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-326-8842

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายชื่อหอพักในเขตลาดกระบัง (ต่อ)		
ลำดับที่	รายชื่อหอพัก	ที่ตั้ง
8	วิลรัตน์	379/3 หมู่ 1 แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
9	บ้านคิวเตอร์	299/1 ซอยจินดาภิเษก เขตลาดกระบัง 10520
10	บ้านเหมกรณ์ 1-2-3	เลขที่ 565/563/531 ซอยเก็กงาม 3 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-739-0531
11	บ้านปฤษฎางค์บุตร	เลขที่ 166/11, 166/28 หมู่ 3 ซอยเก็กงาม 3 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-327-3431
12	อร่ามศรี	เลขที่ 561 (166/32) ซอยเก็กงาม 3 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-326-6741
13	ฉิชา	เลขที่ 579 ซอยเก็กงาม 3 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-739-0929
14	นาคบำรุงศรี 1-10	เลขที่ 166/18, 20/1 หมู่ 3 ซอยเก็กงาม 3 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 01-825-6955
15	ควงวิมล	เลขที่ 111/39 ซอยไปรษณีย์ ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-739-2292-5 กด 0
16	สตรีธัชชาลัย	เลขที่ 111/18 ซอยไปรษณีย์ ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-326-9185
17	บ้านร่มรื่น	เลขที่ 111/55-56 ซอยไปรษณีย์ ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-327-7179
18	บ้านไทยแสนสุข	เลขที่ 111/2 ซอยไปรษณีย์ ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520
19	ชวนชื่น	เลขที่ 60 ซอยสหมิตร 2 ถนนหลวงแพ่ง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 01-485-4581

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้วยวิธีการ  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายชื่อหอพักในเขตลาดกระบัง (ต่อ)		
ลำดับที่	รายชื่อหอพัก	ที่ตั้ง
20	พิราภรณ์	เลขที่ 36 ซอยไผ่ร่มเย็น ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-326-7005
21	สตรีเทพรัศม์	เลขที่ 17 ซอยไผ่ร่มเย็น ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 01-639-3408
22	ฉกัษฐ อพาตเมนต์	เลขที่ 293 หมู่ 10 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 01-618-0653
23	เปี่ยมสุข	เลขที่ 137/16 ซอยบัวทอง ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 01-313-7037
24	จันทร์เพ็ญฟู	เลขที่ 147/2-3 ซอยดวงดี ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-737-2455
25	บ้านต้นหลิว	เลขที่ 284/9 หมู่ 10 ซอยฉลองชัย ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 06-993-8166
26	ศุภรัตน์	เลขที่ 198/3 ซอยฉลองชัย 2 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-738-6224
27	ปาล์มคอร์ท อพาตเมนต์	เลขที่ 284/2-4 ซอยฉลองชัย ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-360-6354-5
28	บ้านพูนสุข	เลขที่ 300/147-153 หมู่บ้านรุ่งอรุณ 1 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-326-6412
29	บ้านชัยเจริญ	เลขที่ 444/8, 9 ซอยหน้าหมู่บ้านรุ่งอรุณ 1 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-737-3444 กด 0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## รายชื่อหอพักในเขตลาดกระบัง (ต่อ)

ลำดับที่	รายชื่อหอพัก	ที่ตั้ง
30	บ้านชัยเจริญ	เลขที่ 9/19 ซอยฉลองชัย ถนนฉลองกรุง แขวงลำปลาทิว เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-360-6521
31	ธรรมะเมฆา	เลขที่ 294-296 ตลาดริมน้ำห้วยตะเฒ่า แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 081-611-6014, 084-008-6950, 02-726-1143
32	ศศิธร	เลขที่ 13/2-4 ซอยลาดกระบัง 50 ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-326-9479
33	A-B สีส้ม	เลขที่ 67 ซอย 50 ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-327-3060
34	ริมสวน	ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-326-9578
35	สตรีกอบัว	เลขที่ 515 หมู่ 1 ซอยจินดาภิเษก ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-326-9220
36	บี.บี อพาร์ทเมนท์	ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-739-0950
37	อัสวามมือทอง	เลขที่ 147/2 ซอยดวงดี ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10520 เบอร์โทรศัพท์ 02-326-7617
38	ชมพูษ	เลขที่ 163/1 ม.3 ซอยเก็กงาม1 เขตลาดกระบัง 10520
39	บ้านแก้วัญญา	เลขที่ 13/15 ม.3 ซอยเก็กงาม1 เขตลาดกระบัง 10520
40	VP 1 / 2	เลขที่ 13/10 ม.3 ซอยเก็กงาม1 เขตลาดกระบัง 10520
41	หอ ส.รอยรัตน์	เลขที่ 13/1 ม.3 ซอยเก็กงาม1 เขตลาดกระบัง 10520
42	บ้านน้องเดือน	เลขที่ 13/6 ม.3 ซอยเก็กงาม1 เขตลาดกระบัง 10520
43	ถาวรพฤษ	เลขที่ 187 ซอยถาวรพฤษ ( เก็กงาม 3 ) ถนนคูมหึงเยี่ยม แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
44	ป่าสนอง	เลขที่ 13/33 ม.3 ซอยเก็กงาม1 เขตลาดกระบัง 10520

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายชื่อหอพักในเขตลาดกระบัง (ต่อ)		
ลำดับที่	รายชื่อหอพัก	ที่ตั้ง
45	นาคบารุงศรี 1-3	เลขที่ 20/1 ซอยถาวรพฤษ ( เก๊กงาม 3 ) ถนนคูมหึงเลี่ยม แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
46	บัวอุไร	เลขที่ 166/6 ซอยถาวรพฤษ ( เก๊กงาม 3 ) ถนนคูมหึงเลี่ยม แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
47	หึงฉมหทัย	เลขที่ 168/1 ซอยเก๊กงาม 2 ถนนคูมหึงเลี่ยม แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
48	พงศ์ศักดิ์	เลขที่ 168/9 ซอยเก๊กงาม 2 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
49	บ้านวันเพ็ญ	เลขที่ 40/8 ซอยข้างสวนพระนคร แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
50	รุ่งกิติ	เลขที่ 34/8 ซอยข้างสวนพระนคร แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
51	โชคภัทร	เลขที่ 34/20 ซอยข้างสวนพระนคร ถนนอ่อนนุช แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
52	โรงกลิ้ง	เลขที่ 111/20-21 ซอยไผ่ร่มฉัตร ถนนอ่อนนุช แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
53	ศศิกานต์	เลขที่ 117 ซอยไผ่ร่มฉัตร ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
54	กมล ริมสวน	เลขที่ 556/1 ซอยริมสวนพระนคร ถนนอ่อนนุช แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
55	แสงงามอพาร์ทเมนต์	เลขที่ 111/55-56 ซอยไผ่ร่มฉัตร ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
56	ฟูอัน	เลขที่ 556-557 ซอยริมสวนพระนคร แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
57	ตะวัน	เลขที่ 111/82-83 ซอยไผ่ร่มฉัตร ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
58	บ้านกลางซอย	เลขที่ 111/9 ซอยไผ่ร่มฉัตร ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
59	ปิ่นทิพย์-น้ำทิพย์	ซอยไผ่ร่มฉัตร เขตลาดกระบัง 10520
60	ดวงวิมล	เลขที่ 111/39 ซอยไผ่ร่มฉัตร ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายชื่อหอพักในเขตลาดกระบัง (ต่อ)		
ลำดับที่	รายชื่อหอพัก	ที่ตั้ง
61	บ้านสวัสดิศุข	เลขที่ 75/4 ซอยข้างสวนพระนคร ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
62	J&W House1	เลขที่ 13/24 ซอย เกกิงาม 2 ถนนคฤหฉิม แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
63	หอภิกษุญา	เลขที่ 164/2 ซอย เกกิงาม 2 ถนนคฤหฉิม แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
64	J&W HOUSE 2	เลขที่ 168/10 ซอยเกกิงาม 2 ถนนคฤหฉิม แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
65	หอพักทิพย์วาร	เลขที่ 256/6 ซอยทิพย์วารี หมู่ 1 ถนนอ่อนนุช แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
66	หอพักชายชัยพฤกษ์	เลขที่ 257 ซอย หมู่ 1 ถนนอ่อนนุช แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
67	ชาย บุคลรัตน์	เลขที่ 333 ซอย หมู่ 1 ถนนอ่อนนุช แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
68	บ้านอชชาสัย (หญิง)	เลขที่ 111/18 ถนนอ่อนนุช แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
69	กิตติพงษ์อนันต์	เลขที่ 457 ถนนอ่อนนุช แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
70	เยี่ยมสุข	เลขที่ 296/19 - 23 แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
71	เจริญใจ	372/2 หมู่ 1 แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
72	ป้าน้อย	389 หมู่ 1 แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
73	กัญจนจิตา	เลขที่ 453 - 454 ซอยหมู่บ้านจินดาเวศน์ ถนนอ่อนนุช แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
74	บ้านศรีบุญญา 1	เลขที่ 13/28 หมู่ 3 ซอยเกกิงาม1 ถนนคฤหฉิม เขตลาดกระบัง 10520
75	เสาวณี	397/1 หมู่ 1 ซ.จินดา 10 ถ.อ่อนนุช แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
76	บ้านป้าลำเจียก	ซอยเกกิงาม 1 ถนนคฤหฉิม เขตลาดกระบัง 10520
77	หอพักจันทร์จيرا	เลขที่ 36/4 หมู่ 3 ซอยเกกิงาม 1 ถนนคฤหฉิม เขตลาดกระบัง 10520
78	หอพักดวงระวี	ซอยเกกิงาม1 ถนนคฤหฉิม เขตลาดกระบัง 10520

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายชื่อหอพักในเขตลาดกระบัง (ต่อ)		
ลำดับที่	รายชื่อหอพัก	ที่ตั้ง
79	รุ่งอรุณกริม โสม	เลขที่ 100/29 หมู่ 10 หมู่บ้านรุ่งอรุณ 1 ถนนฉลองกรุง แขวงลำปลาทิว เขตลาดกระบัง 10520
80	บ้านพรหมลิขิต	เลขที่ 111/24 ม.3 ซอยลาดกระบัง ถนนอ่อนนุช แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
81	หอรัตนพร	เลขที่ 199 หมู่ 3 ซอยถาวรพฤษณ์ ถนนคุณหญิงเสียม แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
82	น่ายู่	เลขที่ 382/4 ซอยจินคานิเวศ แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
83	แมกไม้	เลขที่ 562/1 หมู่ 1 ซอยริมสวน เขตลาดกระบัง 10520
84	นฤมล	เขตลาดกระบัง 10520
85	บ้านชมสวน	เลขที่ 99/9 เขตลาดกระบัง 10520
86	ไยบัว	เลขที่ 34/21 เขตลาดกระบัง 10520
87	บ้านเทพวรรณ	เลขที่ 111/57-58 เขตลาดกระบัง 10520
88	ทรัพย์สมบัติ	เลขที่ 20/4 ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง 10520
89	หอทองสุธี	เลขที่ 17 หมู่ 2 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
90	หอทวีทรัพย์	เลขที่ 47 หมู่ 2 ถนนฉลองกรุง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
91	บ้านริมคลอง	เลขที่ 28/1 หมู่ 2 ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง 10520
92	บ้านขวัญศาล	เลขที่ 6/2-3 ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
93	สตรีราชพฤกษ์	เลขที่ 168/2 หมู่ 1 เขตลาดกระบัง 10520
94	ชายราชพฤกษ์	เลขที่ 168/1 หมู่ 1 เขตลาดกระบัง 10520
95	เรือนแก้ว	480 หมู่ 1 ซอยจินคานิเวศน์ แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520
96	สุเมธดี	399/1 ซอยจินคานิเวศน์ แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง 10520

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก ข

### แบบสอบถาม

เลขที่แบบสอบถาม .....



แบบสอบถามเพื่อการศึกษาวิชาปัญหาพิเศษ  
การศึกษารับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต  
ความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาวิชาปัญหาพิเศษ จัดทำโดย  
นางสาวนันทวัน เจตนาไทย นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะ  
เทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารับรู้  
และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ประกอบการหอพัก

ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามและแสดงความคิดเห็นเพื่อประโยชน์  
ต่อการพัฒนางานด้านวิชาการครั้งนี้ โดยผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับเพื่อประโยชน์ในการศึกษา  
เท่านั้น ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่  
ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ผู้ศึกษา

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย (✓) หน้าข้อที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับ  
ความเป็นจริงและเหมาะสมกับท่านมากที่สุด

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของส่วนเจ้าของหอพัก

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. อายุ

1. 20-29 ปี  30-39 ปี  
 3. 40-49 ปี  4. มากกว่า 50 ปี

## 3. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า  2. มัธยมศึกษา  
 3. ปวช./ปวส./อนุปริญญา  4. ปริญญาตรี  
 5. ปริญญาโทหรือสูงกว่า

## 4. อาชีพ

1. เจ้าของกิจการ  2. พนักงานบริษัทเอกชน  
 3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  4. รับจ้างทั่วไป  
 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

## 5. สถานะของท่านที่เกี่ยวข้องกับหอพักนักศึกษา

1. ผู้ประกอบการ/เจ้าของหอพัก  2. ผู้จัดการหอพัก  
 3. ผู้ดูแลหอพัก  4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของส่วนหอพัก**

## 1. ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการประเภทใด

1. กิจการเจ้าของคนเดียว  2. ห้างหุ้นส่วน  
 3. บริษัท  4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

## 2. ระยะเวลาในการดำเนินกิจการหอพัก

1. ต่ำกว่า 1 ปี  2. 1 ปี – 5 ปี  
 3. 6 ปี – 10 ปี  4. 10 ปีขึ้นไป

## 3. อัตราเช่าหอพักรายเดือน

1. 1,000 – 2,000 บาท  2. 2,001 – 3,000 บาท  
 3. 3,001 – 4,000 บาท  4. มากกว่า 4,000 บาท

## 4. การให้บริการอินเทอร์เน็ตในหอพักใช้ระบบใด

1. โทรศัพท์พื้นฐาน  2. อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ISDN)  
 3. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL)  4. อินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi)  
 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ในการติดตั้งบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ท่านดำเนินการอย่างไร

1. จัดซื้อเอง  2. ทศท ดำเนินการ  
 3. เช่าจากบริษัท.....  4. บริษัทดำเนินการ

6. รายได้ต่อเดือนโดยประมาณที่ได้รับจากการให้บริการอินเทอร์เน็ต ..... บาท/เดือน

## ส่วนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ตอนที่ 1 : สื่อที่มีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

1. ท่านทราบหรือไม่ว่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทำงานอย่างไร

1. ทราบ  2. ไม่ทราบ

2. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพียงพอหรือไม่

1. เพียงพอ  2. ไม่เพียงพอ

3. โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ท่านเคยรับรู้ข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ท่านไม่เคยรับรู้ข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ

ประเภทสื่อ	ระดับการรับรู้			ไม่รู้
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
1. โทรทัศน์/วิทยุ				
2. หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร				
3. อินเทอร์เน็ต				
4. เพื่อน หรือคนรู้จักแนะนำ				
5. แผ่นพับ โฆษณา				
6. งานแสดงสินค้า				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 : ความรู้เกี่ยวกับการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ประเด็นคำถาม	ถูก	ผิด	ไม่ทราบ
1. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถใช้โทรศัพท์ได้ ขณะใช้งานอินเทอร์เน็ต			
2. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงช่วยให้การรับ-ส่งข้อมูลได้รวดเร็ว			
3. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถต่ออินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา (Always-on access) โดยไม่เกิดปัญหาสายหลุดหรือสายไม่ว่าง			
4. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าการติดต่ออินเทอร์เน็ตแบบ Dial up			
5. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีสัญญาณการรับ-ส่งข้อมูลที่ไม่กระตุก			
6. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถรองรับงานด้าน Multimedia ทั้งภาพ เสียง ข้อมูล			
7. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถใช้ได้เฉพาะการใช้งานตามบ้านเท่านั้น			
8. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้ได้กับโทรศัพท์ที่เป็นเบอร์สายตรงและเบอร์ต่อ			
9. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถต่อกับคอมพิวเตอร์ได้หลายเครื่องในอินเทอร์เน็ตสายเคเบิล โดยผ่าน ADSL MODEM ROUTER			
10. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้บริการได้เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงนนทบุรี สมุทรปราการ และปทุมธานีเท่านั้น			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง**

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องปัจจัยที่ท่านเห็นว่ามีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของท่าน

ปัจจัยด้านการตลาด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ผลิตภัณฑ์ (Product)</b>					
1. ความหลากหลายของอุปกรณ์ต่อเชื่อม (Modem)					
2. ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์					
3. ความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล					
4. สะดวกและง่ายต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
5. ระบบความปลอดภัยของข้อมูล					
<b>ราคา (Price)</b>					
6. อัตราค่าบริการรายเดือน					
7. ค่าอุปกรณ์ต่อเชื่อม (Modem)					
8. ค่าซ่อมบำรุงรักษาอุปกรณ์					
<b>การจัดจำหน่าย (Place)</b>					
9. มีการรับสมัครผู้ใช้จากหลายแห่ง เช่น Web Site, งานแสดง IT, ห้างสรรพสินค้า					
10. มีศูนย์ให้บริการครอบคลุมในพื้นที่พักอาศัย					
11. มีผู้ให้บริการหลายราย					
<b>การส่งเสริมการขาย (Promotion)</b>					
12. การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์					
13. ของสมนาคุณ/ของแถม					
14. บริการเสริมอื่น ๆ เช่น Content ต่าง ๆ					
15. การให้บริการหลังการขาย เช่น การติดตั้งฟรี					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. โปรดเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ท่านให้ความสำคัญมากที่สุด ตามลำดับ

- \_\_\_\_\_ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)  
 \_\_\_\_\_ 2. ปัจจัยด้านราคา (Price)  
 \_\_\_\_\_ 3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)  
 \_\_\_\_\_ 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

**ส่วนที่ 5** ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับพัฒนาการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายในหอพัก

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....



ขอขอบพระคุณอย่างสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ภาคผนวก ก**  
**ตารางแสดงรายละเอียด**

**ตารางผนวกที่ 1** ร้อยละของการรับทราบเกี่ยวกับการทำงานของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

คุณสมบัติ	ร้อยละ
ทราบ	31.7
ไม่ทราบ	68.3
รวม	100.0

**ตารางผนวกที่ 2** ร้อยละของความพึงพอใจในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

คุณสมบัติ	ร้อยละ
ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอ	41.7
ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างไม่เพียงพอ	58.3
รวม	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 3 ร้อยละจากการตอบคำถามเพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ประเด็นคำถาม	ตอบถูก	ตอบผิด	ไม่ทราบ	รวม
1. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถใช้โทรศัพท์ได้ขณะใช้งานอินเทอร์เน็ต	65.0	31.7	3.3	100.0
2. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงช่วยให้การรับ-ส่งข้อมูลได้รวดเร็ว	93.3	5.0	1.7	100.0
3. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถต่ออินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา (Always-on access) โดยไม่มีปัญหาสายหลุด	41.7	31.7	21.7	100.0
4. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าการติดต่ออินเทอร์เน็ตแบบ Dial up	48.3	31.7	20.0	100.0
5. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีสัญญาณการรับ-ส่งข้อมูลที่ที่ไม่กระตุก	61.7	18.3	20.0	100.0
6. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถรองรับงานด้าน Multimedia ทั้งภาพ เสียง ข้อมูล	90.0	1.7	8.3	100.0
7. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถใช้ได้เฉพาะการใช้งานตามบ้านเท่านั้น	56.7	35.0	8.3	100.0
8. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้ได้กับโทรศัพท์ที่เป็นเบอร์สายตรงและเบอร์ต่อ	20.0	60.0	20.0	100.0
9. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถต่อกับคอมพิวเตอร์ได้หลายเครื่องในอินเทอร์เน็ตสายเดียว โดยผ่าน ADSL MODEM ROUTER	46.7	8.3	45.0	100.0
10. บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้บริการได้เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงนนทบุรี สมุทรปราการ และปทุมธานีเท่านั้นเท่านั้น	36.7	40.0	23.3	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้