

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตในการจดบันทึก
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



ฉัตรวิวรรณ ชันติพจน์สกุล

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโทรศัพท์มือถือในการจดบันทึก
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2559



นางสาวจิตติวรรณ ชันติพจน์สกุล
ผู้วิจัย

พันธุภัทร์ เสวตภาณุวงศ์,
Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,
Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.
คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศารุ่งเรือง,
Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโทรศัพท์มือถือในการจัด
บันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความ
กรุณาและความช่วยเหลือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อ.ดร.พันธันภัทร์ เสวตภาณุวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาในสาร
นิพนธ์ ที่สละเวลาอันมีค่าเพื่อเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ให้การเรียนการสอน ให้คำปรึกษาและคำแนะนำ
เป็นอย่างดี แก่ใจตรวจสอบความถูกต้องและความเรียบร้อยตลอดจนสารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อ.ดร.พัลลภา ปีติสันต์ และผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ อ.ดร.พลิศา รุ่งเรือง ที่ให้คำวิจารณ์และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์เพื่อเป็นแนวทาง
ในการปรับปรุงและแก้ไขงานวิจัยฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะคณาจารย์วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
ทุกท่านที่ให้ความรู้มากมายในวิชาต่าง ๆ ทำให้สามารถนำมาปรับใช้เป็นพื้นฐานในสารนิพนธ์ฉบับ
นี้ได้เป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ อ.ดร.พลิศา รุ่งเรือง ที่ทำให้ผู้วิจัยได้มี
โอกาสเข้ามาศึกษาและเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวที่อบอุ่นแห่งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ที่สละเวลาอันมีค่าในการทำแบบสอบถามที่
เป็นส่วนสำคัญของสารนิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณชวลิต บุญมา ที่คอยช่วยเหลือ ให้กำลังใจและให้คำปรึกษา
ต่าง ๆ เป็นอย่างดี ขอขอบคุณ คุณกฤต กิจไพศาลพิชญ์ โย ที่สละเวลาอันมีค่าในการช่วยพิมพ์ข้อมูล
ส่วนหนึ่งในสารนิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และสมาชิกในครอบครัว ที่ให้การสนับสนุน
สิ่งต่าง ๆ ให้กำลังใจในการต่อสู้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถ
ดำเนินต่อไปได้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ
ทั่วไปและเป็นแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

จิตติวรรณ ชันติพจน์สกุล

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

THE BEHAVIOR STUDY CHOOSING TO USE SMARTPHONE OR TABLET TO TAKE NOTES OF CONSUMERS IN BANGKOK AND PERIMETER

ฐิติวรรณ ขันติพจน์สกุล 5750361

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : พันธุ์ภัทร์ เสวตภาณุวงศ์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒนภา ปิติสันต์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศารุ่งเรือง, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยเป็นบุคคลทั่วไปที่ใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ที่พำนักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 116 คน โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งสถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ค่าร้อยละ และใช้เทคนิคการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (K-Means Cluster Analysis)

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิงในจำนวนที่เท่ากัน ส่วนใหญ่อายุ 21 - 30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 25,000 บาท ใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) เป็นหลัก จำนวน 1 เครื่อง นิยมใช้ระบบปฏิบัติการ IOS และระบบปฏิบัติการ Android ตามลำดับ กิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นการส่งและรับข้อความแบบโต้ตอบกันทันที (Chat) แอปพลิเคชันที่ใช้ในการจดบันทึก คือ Notes Application ส่วนใหญ่จดบันทึกเรื่องส่วนตัว รูปแบบการป้อนข้อมูลจะเป็นการพิมพ์ (Keyboard) ใช้ภาษาไทยในการจดบันทึกเป็นหลัก จำนวนตัวอักษรในการจดบันทึกต่ำกว่า 100 ตัวอักษรต่อครั้ง จดบันทึกสัปดาห์ละครั้ง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 และจดบันทึกต่ำกว่า 100 – 300 ตัวอักษรต่อครั้ง จดบันทึกสัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับตนเองมากที่สุดในการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก และมองว่าสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ช่วยให้การทำงานสะดวกขึ้น สามารถจดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ได้ทุก ๆ ที่ ตลอดเวลา ให้ความสำคัญมากที่สุด รวมทั้งให้ความสำคัญกับความสำคัญของสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ที่จะมีความสำคัญต่อการจดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ในอนาคตข้างหน้า มีความจำเป็นต่อการจดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ และสามารถรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่จดบันทึกไว้ได้อีกด้วย

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตในการจดบันทึก

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.3 คำถามงานวิจัย	3
1.4 ข้อเสนอในงานวิจัย	4
1.5 ขอบเขตของงานวิจัย	4
1.6 กรอบแนวคิดงานวิจัย	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.8 คำนิยามศัพท์	6
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง	8
2.1.1 ทฤษฎีการยอมรับและใช้เทคโนโลยี	8
2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	13
2.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค	15
2.1.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	17
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	24
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	24
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	25
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
	28
บทที่ 4	29
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	28
ผลการวิจัย	29
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	30
4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก	33
4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการใช้สมาร์ตโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก	41
4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติในการใช้สมาร์ตโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก	44
4.5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นในการเลือกใช้สมาร์ตโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษ	47
4.6 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์โดยใช้วิธี Chi-Square Test	47
4.7 การวิเคราะห์ Cluster Analysis แบบ K-Means Cluster	53
4.8 สรุปข้อเสนอในงานวิจัย	60
บทที่ 5	62
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	62
5.1 สรุปผลการวิจัย	62
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	67
5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย	71
5.4 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย	72
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป	72
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	77
ภาคผนวก ก : แบบสอบถาม	78
ประวัติผู้วิจัย	83

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้หลัก 6Ws, 1H และ 7Os	18
4.1 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์	30
4.2 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่ใช้	33
4.3 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่ใช้	33
4.4 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระบบปฏิบัติการของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่ใช้	34
4.5 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกิจกรรมที่ใช้ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ในชีวิตประจำวัน	35
4.6 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแอปพลิเคชัน (Application) ที่ใช้ในการจดบันทึก	36
4.7 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ใช้ในการจดบันทึก	37
4.8 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหัวข้อเรื่องในการจดบันทึก	38
4.9 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการป้อนข้อมูลในการจดบันทึก	38
4.10 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภาษาที่ใช้ในการจดบันทึก	39
4.11 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนตัวอักษรต่อครั้งที่จดบันทึก	39
4.12 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการจดบันทึก	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.13 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก	41
4.14 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านทัศนคติการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก	44
4.15 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นในการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษ	47
4.16 แสดงถึงความสัมพันธ์ของเพศและความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
4.17 แสดงถึงความสัมพันธ์ของอายุและความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
4.18 แสดงถึงความสัมพันธ์ของระดับการศึกษาและความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
4.19 แสดงถึงความสัมพันธ์ของอายุและความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
4.20 แสดงถึงความสัมพันธ์ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
4.21 แสดงถึงผลสรุปค่า Chi-Square ทั้ง 5 กลุ่ม	53
4.22 แสดงถึงค่า Cluster ของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม	53

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	แสดงจำนวนผู้จดทะเบียนสมาร์ทโฟน ระหว่างปี 2552 – 2561	2
1.2	แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัยการพฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	5
2.1	แสดงแบบจำลองการผนวกทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี	12
2.2	แสดงรูปแบบพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	14



บทที่ 1

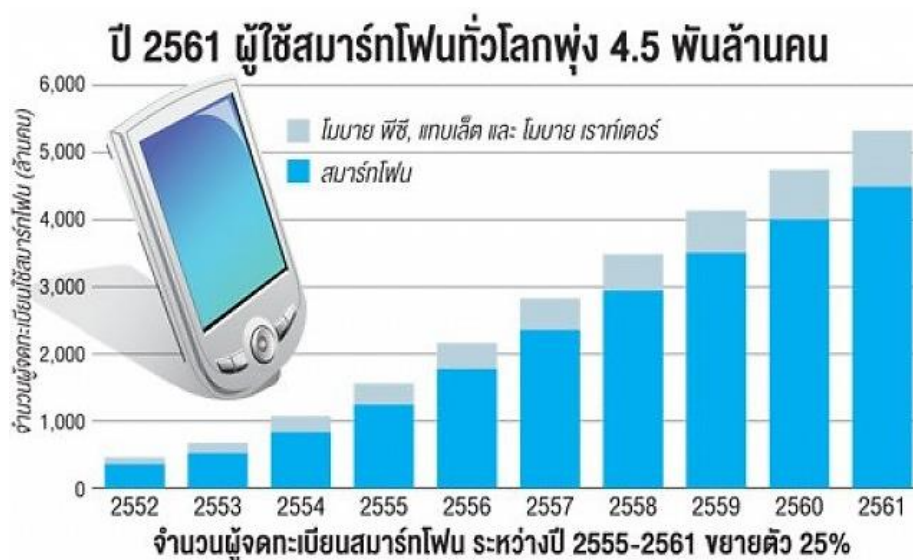
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคของโลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงของสิ่งต่าง ๆ บนโลกใบนี้ ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือสิ่งแวดล้อม ล้วนแต่ได้รับอิทธิพลจากยุคดังกล่าวอย่างมากมาหลายทศวรรษ ด้วยการแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารอย่างไร้พรมแดน ทำให้สามารถรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ทั้งนี้เกิดจากการพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และการคมนาคมที่มีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมาก โดยมีเครื่องมือหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและทำให้การดำเนินชีวิตประจำวันมีความสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อผู้บริโภคในปัจจุบันนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)

จากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด ทำให้เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน จนกลายเป็นหนึ่งในความต้องการพื้นฐานหลักของมนุษย์ไปแล้ว ทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจในเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น ผู้บริโภคจึงมีความต้องการที่จะใช้เครื่องมือ หรืออุปกรณ์ที่ทันสมัยในการสื่อสาร การสร้างเนื้อหาหรือข้อมูลต่าง ๆ ได้ทุกที่ ทุกเวลา ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ตลาดมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น รวมทั้งส่วนแบ่งทางการตลาดก็มีจำนวนที่สูงมากเช่นเดียวกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจะต้องมีการปรับตัวในการผลิตและพัฒนาสินค้าเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้มีความโดดเด่น รวมถึงการกำหนดราคาให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีจำนวนมากมาหลายทศวรรษ ซึ่งจะเห็นได้จากสถิติการซื้อสมาร์ทโฟน (Smartphone) ของผู้บริโภคทั่วโลกในปี 2558 ที่มีจำนวนกว่า 1.43 พันล้านเครื่อง (IDC หรือ International Data Corporation, 2559) สถิติการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) ของผู้บริโภคในประเทศไทย ที่มีจำนวนกว่า 91.1 ล้านผู้ใช้งาน (DAAT หรือ Digital Advertising Association (Thailand), 2558) รวมทั้งจากผลการวิเคราะห์ของอีริกสัน คอนซูเมอร์ แล็บ (Ericsson Consumer Lab) โดยอ้างอิงจากข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากโครงข่ายที่ดำเนินการจัดการ

ต่าง ๆ ทั่วโลกในการคาดการณ์ถึงจำนวนผู้จดทะเบียนใช้งานสมาร์ทโฟน (Smartphone) ที่จะเพิ่มขึ้นถึง 4.5 พันล้านคนในปี 2561



ภาพที่ 1.1 แสดงจำนวนผู้จดทะเบียนใช้สมาร์ทโฟน ระหว่างปี 2552 – 2561
ที่มา: กรุงเทพมหานครออนไลน์ (2556)

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในการเลือกใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่เป็นสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก เนื่องจากสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) เปรียบเสมือนสื่อกลางในการสร้างข้อมูล การเข้าถึงข้อมูล การเชื่อมโยงของเนื้อหา หรือข้อมูล ได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว และยังถือเป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่มีขนาดเล็ก มีความสะดวกเป็นอย่างมากต่อการพกพา และจดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ที่ไม่ว่าผู้บริโภคมองจะอยู่ที่ใดก็ตาม ก็สามารถที่จะบันทึกข้อมูลตามที่ต้องการได้ทันที ทุกที่ทุกเวลา ทั้งนี้ในการจัดเก็บข้อมูลผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่เป็นสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) นั้น จะมีประสิทธิภาพที่สูงกว่าการจัดเก็บข้อมูลผ่านสมุดบันทึก หรือหนังสือต่าง ๆ เนื่องจากตัวหนังสือที่จัดเก็บผ่านกระดาษนั้น อาจจะเลื่อนรจากกรเก็บที่ยาวนานได้ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ดังกล่าว ยังสามารถลดความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นจากการบันทึกได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์เสริมอีกมากมายสำหรับสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานและเพิ่มความความสะดวกสบายได้มากยิ่งขึ้นเช่น ปากกา (Stylus) สำหรับ

เขียนบนสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ที่จะช่วยให้การจดบันทึกต่าง ๆ เป็นเรื่องที่ย่างยิ่งขึ้น แป้นพิมพ์ (Keyboard) ที่มีให้เลือกใช้มากมายหลากหลายภาษา และยังมีแอปพลิเคชัน (Application) ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการใช้เสียงในบันทึกข้อมูลออกมาเป็นตัวอักษร หรือการแจ้งเตือนต่าง ๆ ที่สำคัญ ซึ่งสามารถแจ้งเตือนได้ทั้งการแสดงผลบนหน้าจอและแจ้งเตือนผ่านเสียง เป็นต้น

ณ เวลานี้เทคโนโลยีที่เป็นสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) นั้น มีความหลากหลายทางด้านราคา คุณสมบัติและขนาด เป็นต้น ทำให้สามารถจับกลุ่มผู้บริโภคได้ทุกระดับชั้น และไม่ว่าผู้บริโภคจะอยู่ในช่วงอายุใดก็ตาม ต่างให้ความสนใจในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่เป็นสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ดังนั้นในการศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคนั้น จะเป็นข้อมูลที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจในด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ตลอดจนผู้ที่มีความสนใจในการเข้ามาลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ เพื่อนำความรู้จากงานวิจัยฉบับนี้ไปประกอบการตัดสินใจในการพัฒนาเทคโนโลยีดังกล่าวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.3 คำถามงานวิจัย

ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) อย่างไรในการจดบันทึก

1.4 ข้อเสนอในงานวิจัย

ข้อเสนอที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ข้อเสนอที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในการจดบันทึกที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ข้อเสนอที่ 3 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ข้อเสนอที่ 4 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.5 ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหางานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในการจดบันทึก อิทธิพลทางสังคม และทัศนคติของผู้บริโภค

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือ บุคคลทั่วไปที่มีสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 100 คน

3. ขอบเขตระยะเวลา

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 และเก็บข้อมูลเพื่อประกอบงานวิจัยในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559

1.6 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ตัวแปรต้น

<p>ประชากรศาสตร์</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพศ 2. อายุ 3. การศึกษา 4. อาชีพ 5. รายได้

<p>พฤติกรรมผู้บริโภคในการจดบันทึก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ประเภทของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) 2. จำนวนเครื่องที่ใช้ 3. ระบบปฏิบัติการที่ใช้ 4. กิจกรรมในการใช้ 5. แอปพลิเคชันจดบันทึก 6. สถานที่ในการจดบันทึก 7. รายละเอียดการจดบันทึก 8. อุปกรณ์เสริมที่ใช้จดบันทึก 9. ภาษาที่ใช้จดบันทึก 10. จำนวนอักษรที่ใช้จดบันทึก

<p>อิทธิพลทางสังคม</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Influencers 2. Social Media

<p>ทัศนคติของผู้บริโภค</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะดวกในการใช้งาน 2. ความสำคัญในการใช้งาน
--

ตัวแปรตาม

การยอมรับเทคโนโลยี
ความถี่ในการจดบันทึก

ภาพที่ 1.2 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัยการพฤติกรรมเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีต่อสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจับบันทึก
2. ทำให้ผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะนำข้อมูลที่ได้จากศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเครื่องมือ อุปกรณ์ แอปพลิเคชัน (Application) ต่าง ๆ หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

1.8 คำนิยามศัพท์

1. เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสารสนเทศ ทำให้สารสนเทศมีประโยชน์และใช้งานได้กว้างขวางมากขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศรวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีด้านต่าง ๆ ที่จะรวบรวม จัดเก็บ ใช้งาน ส่งต่อ หรือสื่อสารระหว่างกัน ในระบบสารสนเทศนั้นประกอบด้วย 5 ส่วนหลักๆ ได้แก่ บุคลากร ขั้นตอนการทำงาน ซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ และข้อมูล ปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของประชาชน ทั้งด้านการติดต่อสื่อสาร การเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ การดำเนินธุรกิจ และอื่น ๆ อีกนับไม่ถ้วน (เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร)
2. อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic device) หมายถึง อุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มนุษย์ใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการจัดการกับข้อมูลที่อาจเป็นไปได้ทั้ง ตัวเลข ตัวอักษร หรือสัญลักษณ์อื่น ๆ ที่ใช้แทนความหมายในสิ่งต่าง ๆ (เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้, 2549)
3. สมาร์ทโฟน (Smartphone) หมายถึง โทรศัพท์มือถือที่นอกเหนือจากใช้โทรออก-รับสายแล้วยังมีแอปพลิเคชันให้ใช้งานมากมาย สามารถรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน 3G, Wi-Fi และสามารถใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กและแอปพลิเคชันสนทนาชั้นนำ เช่น LINE, YouTube, Facebook, Twitter ฯลฯ โดยที่ผู้ใช้สามารถปรับแต่งลูกเล่นการใช้งานสมาร์ทโฟนให้ตรงกับความต้องการได้มากกว่ามือถือธรรมดา ผู้ผลิตสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ ๆ นิยมผลิตสมาร์ทโฟนที่มีหน้าจอระบบสัมผัส, ใส่อุปกรณ์ถ่ายภาพที่มีความละเอียดสูง, ออกแบบดีไซน์ให้สวยงามทันสมัย, มีแอปพลิเคชันและลูกเล่นที่น่าสนใจ (อริปักษ์ณ์ โชติชนประสิทธิ์, 2557)
4. แท็บเล็ต (Tablet) หมายถึง อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีหน้าจอระบบสัมผัสขนาดใหญ่ มีขนาดหน้าจอตั้งแต่ 7 นิ้วขึ้นไป พกพาได้สะดวก สามารถใช้งานหน้าจอผ่านการสัมผัสผ่านปลายนิ้วได้โดยตรง มีแอปพลิเคชันมากมายให้เลือกใช้ ไม่ว่าจะเป็นรับ-ส่งอีเมล, เล่นอินเทอร์เน็ต, ดูหนัง, ฟังเพลง, เล่นเกม หรือแม้กระทั่งใช้ทำงานเอกสารออฟฟิศ ข้อดีของแท็บเล็ตคือมีหน้าจอที่กว้าง ทำให้มี

พื้นที่การใช้งานเยอะ มีน้ำหนักเบา พกพาได้สะดวกกว่าโน้ตบุ๊กหรือคอมพิวเตอร์ สามารถจดบันทึก หรือใช้เป็นอุปกรณ์เพื่อการศึกษาได้เป็นอย่างดี (อธิปลักษณ์ โขติชนประสิทธิ์, 2557)

5. แอปพลิเคชัน (Application) หมายถึง ซอฟต์แวร์ประเภทหนึ่งที่สามารถ ใช้งานได้ตามความต้องการ แอปพลิเคชันสำหรับใช้งานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และโน้ตบุ๊กนั้น เรียกว่า “เดสก์ทอป แอปพลิเคชัน (Desktop Applications)” ส่วนแอปพลิเคชันที่ ทำงานบนเครื่องอุปกรณ์พกพาทั้งหลาย เรียกว่า “โมบายล์ แอปพลิเคชัน (Mobile Applications)” เมื่อรันแอปพลิเคชัน มันจะทำงานอยู่ภายใต้ระบบปฏิบัติการตลอดเวลาจนกว่าเราจะทำการปิดมันไป ภายในเวลาเดียวกัน อาจมีหลายแอปพลิเคชันที่กำลังทำงานพร้อมกันในระบบปฏิบัติการ เรียก กระบวนการนี้ว่า “มัลติเทสกกิง (Multitasking)” (คอมพิวเตอร์พื้นฐาน, 2556)

6. ปากกาอิเล็กทรอนิกส์ (Stylus) หมายถึง อุปกรณ์ป้อนข้อมูลเข้าสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ ชนิดหนึ่ง มีปลายเล็กแหลมคล้ายปลายดินสอ ใช้ป้อนข้อมูลในลักษณะคล้ายกับเมาส์ โดยข้อมูลที่ส่ง เข้าไปจะปรากฏบนจอภาพ (พจนานุกรมคำศัพท์คอมพิวเตอร์)

7. โซเชียลมีเดีย (Social Media) หมายถึง สังกมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร หรือ เขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่น ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้ผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตน ผ่านทางเว็บไซต์ Social Network ที่ให้บริการบนโลกออนไลน์ ปัจจุบัน การสื่อสารแบบนี้ จะทำผ่านทางอินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์มือถือมากขึ้นเรื่อย ๆ (กานดา รุณนะพงศา สายแก้ว, 2557)

8. โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) หมายถึง เครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือการที่ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตคนหนึ่ง เชื่อมโยงกับเพื่อนอีกนับสิบ รวมไปถึงเพื่อนของเพื่อนอีกนับร้อย ผ่าน ผู้ให้บริการด้านโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) บนอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook, Blogger, Hi5, Twitter หรือ Tagged เป็นต้น (บางเว็บไซต์ที่กล่าวถึงในตัวอย่าง ปัจจุบันนี้ได้เสื่อมความนิยมแล้ว) การเชื่อมโยงดังกล่าว ทำให้เกิดเครือข่ายขึ้น เช่น เราสามารถรู้จักเพื่อนของเพื่อนเราได้เป็นทอด ๆ ต่อไปเรื่อย ๆ ทำให้เกิดสังคมเสมือนจริงขึ้นมา สามารถสร้างคอนเน็คชั่นใหม่ ๆ ได้ง่าย และเมื่อ แชร์ (Share) ข้อความหรืออะไรก็ตามลงไปเครือข่าย ทุกคนในเครือข่ายก็สามารถรับรู้ได้ พร้อมกัน และสามารถตอบสนองต่อสิ่งที่เราแชร์ได้ เช่น แสดงความคิดเห็น (Comment) กดไลค์ (Like) ซึ่งอาจจะแตกต่างกันออกไปตามแต่ละผู้ให้บริการ ความโดดเด่นในเรื่องความง่ายของ โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) ทำให้ธุรกิจ และนักการตลาดสนใจที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการ ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ (microBrand, 2556)

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ตโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยได้ทำการศึกษาทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีการยอมรับและใช้เทคโนโลยี

2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.1.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีการยอมรับและใช้เทคโนโลยี

Venkatesh, Davis and Morris (2003) ได้เสนอทฤษฎีที่สร้างขึ้นจากงานวิจัยต่าง ๆ ที่ผ่านมาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ได้อธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยีและการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้งาน โดยเป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎีด้านพฤติกรรมจำนวนทั้งสิ้น 8 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎีที่ใช้สำหรับการเชื่อมโยงระหว่างความเชื่อและทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Theory of Reasoned Action: TRA)
2. ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานเป็นตัววัดความสำเร็จของการพัฒนาการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)
3. ทฤษฎีที่ใช้สำหรับการวิจัยในเรื่องเกี่ยวกับจิตวิทยา เพื่อใช้สนับสนุนแรงจูงใจที่ใช้

อธิบายถึงการแสดงพฤติกรรม (Motivational Model: MM)

4. ทฤษฎีที่ศึกษาทางด้านพฤติกรรมซึ่งได้รับการพัฒนาและขยายมาจากทฤษฎี TRA (Theory of Planned Behavior: TPB)
5. ทฤษฎีที่ผสมผสานกันระหว่าง TAM กับ TPB เพื่อใช้สำหรับทดสอบการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยประสพการณ์การใช้ระบบว่ามีอิทธิพลต่อการปรับปรุงและการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือไม่
6. ทฤษฎีที่ใช้วัดการใช้งานจริงในเทคโนโลยีและใช้ทำนายเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล (Model of PC Utilization: MPCU)
7. ทฤษฎีพื้นฐานทางสังคมที่ใช้ศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายของปัจจัยที่ใช้อธิบายถึงนวัตกรรมและใช้เป็นเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมในองค์กร (Innovation Diffusion Theory: IDT)
8. ทฤษฎีด้านพฤติกรรมมนุษย์ที่พบว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์นั้นเกิดจากอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมปัจจัยส่วนบุคคล และคุณสมบัติด้านพฤติกรรมส่วนตัว (Social Cognitive Theory: SCT)

Venkatesh et al. (2003) ได้ศึกษาบริษัทและองค์กร 4 แห่งที่กำลังประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ โดยเป็นองค์กรที่มีความแตกต่างทางเทคโนโลยีลักษณะองค์กรประเภทอุตสาหกรรมหน้าท้องค์กรและลักษณะการใช้งานเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานระบบจำนวนทั้งสิ้น 654 รายทดสอบหาความเชื่อมั่นและความตรงด้วยวิธีทางสถิติ Cronbach's Alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.70 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ Partial Least Squares (PLS)

ผลจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากตารางข้างต้นพบว่ามี 4 ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบ (Behavioral Intention) และการใช้งานระบบ (Use Behavior) คือ

1. ความคาดหวังต่อการปฏิบัติงาน (Performance Expectancy) คือ ระดับความเชื่อของบุคคลว่าการใช้ระบบจะทำให้ประสบผลสำเร็จในการปฏิบัติงานประกอบด้วยปัจจัยที่ได้จากการพัฒนาและรวมทฤษฎีต่าง ๆ 5 ปัจจัยดังนี้

- 1) Perceived Usefulness คือ ระดับความเชื่อด้านประโยชน์ของผู้ใช้ว่าการใช้ระบบจะช่วยเพิ่มให้ผลของการปฏิบัติงานดีขึ้น (TAM Model)
- 2) Extrinsic Motivation คือ ผู้ที่สามารถใช้ระบบในการปฏิบัติงานจะนำไปสู่ผลงานที่มีค่าและทำให้ได้รับในสิ่งที่ดีกว่าผู้อื่น เช่น มีการปรับปรุงการปฏิบัติงานรับการเงินเดือนหรือได้รับการเลื่อนตำแหน่ง (MM Model)

- 3) Job-fit คือ ความสามารถของระบบจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลได้ (MPCU Model)
- 4) Relative Advantage คือ ระดับของการใช้ระบบที่ทำให้เข้าใจว่าเป็นสิ่งที่ดีกว่าสิ่งที่ผ่านมา (IDT Model)
- 5) Outcome Expectation คือ ความคาดหวังถึงผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นความคาดหวังจากการปฏิบัติงานและความคาดหวังส่วนบุคคล (SCT Model)

2. ความคาดหวังด้านความพยายามของผู้ใช้งานระบบ (Effort Expectancy) คือ ระดับความง่ายในการมีส่วนร่วมในการใช้ระบบประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลักดังนี้

- 1) Perceived Ease of Use คือ ระดับความเชื่อใจของบุคคลว่าการใช้ระบบเทคโนโลยีไม่ต้องใช้ความพยายามสูงในการใช้งานมากนัก (TAM Model)
- 2) Complexity คือ ระดับของการเข้าใจถึงความยากที่จะเข้าใจและการใช้ระบบ (MPCU Model)
- 3) Ease of Use คือ ระดับของการใช้ระบบที่ทำให้เข้าใจว่ายากต่อการใช้งาน (IDT Model)

3. อิทธิพลจากสังคม (Social Influence) คือ ระดับการเข้าใจของแต่ละบุคคลถึงความสำคัญที่จะเชื่อว่าควรใช้ระบบใหม่ๆ ในการปฏิบัติงานได้กำหนดปัจจัยทางพฤติกรรม 3 ปัจจัยดังนี้

- 1) Subjective Norm คือ ความเข้าใจของบุคคลกับพฤติกรรมการแสดงออกของผู้มีอิทธิพลที่มีต่อตนเอง (TRA Model)
- 2) Social Factors คือ สัมพันธภาพระหว่างบุคคลที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมและข้อตกลงระหว่างบุคคลที่มีอยู่ในสถานการณ์สังคมนั้น ๆ (MPCU Model)
- 3) Image คือ ระดับของการใช้นวัตกรรม (ระบบ) ที่ทำให้เข้าใจว่าช่วยเพิ่มภาพลักษณ์หรือสถานะภาพทางสังคม (IDT Model)

4. สภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในระบบ (Facilitating Condition) คือ ระดับความเชื่อของบุคคลว่าองค์กรและสิ่งอำนวยความสะดวก/อุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่มีอยู่มีส่วนช่วยสนับสนุนต่อการใช้ระบบประกอบด้วย 3 ปัจจัยที่กำหนดไว้ดังนี้

- 1) Perceived Behavioral Control คือ ความเข้าใจถึงการรับรู้อำนาจในการ

ควบคุมระบบทั้งภายในและภายนอก (ภายใน คือผู้ใช้งาน เช่น ความรู้ความสามารถของผู้ใช้ระบบ และภายนอก คือสิ่งอำนวยความสะดวกจากองค์กร เช่น คู่มือปฏิบัติงานเจ้าหน้าที่ด้าน IT) (TPB Model)

2) Facilitating Conditions คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ด้านสภาพแวดล้อมเพื่อสร้างความสะดวกในการปฏิบัติงานรวมถึงการจัดเตรียมระบบการสนับสนุนด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (MPCU Model)

3) Compatibility คือ ระดับของการเข้าในระบบงานว่ามีความถูกต้องเป็นสิ่งจำเป็น และเป็นการปรับปรุงที่มีศักยภาพ (IDT Model)

นอกจากนี้พบ 3 ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบคือ

1. ทักษะคติต่อการใช้งานระบบ (Attitude toward the Technology) คือ ปฏิกริยาตอบสนองของผู้ใช้ที่มีต่อการใช้ระบบประกอบด้วยโครงสร้างที่ใช้ในการพัฒนาคือ Attitude

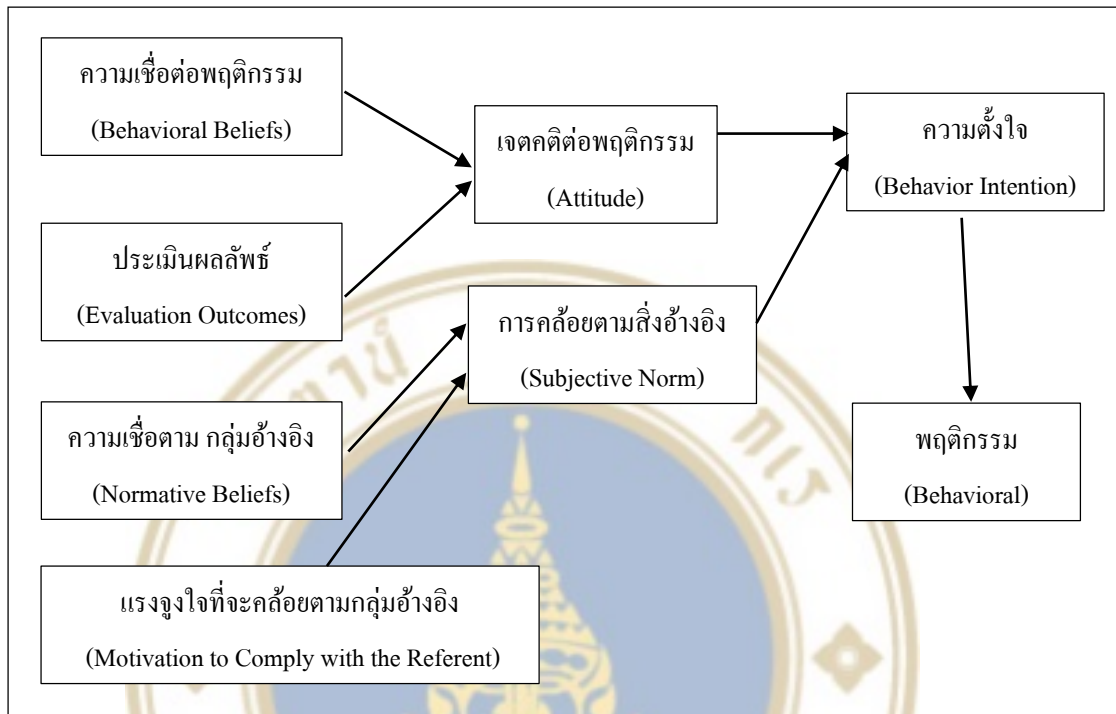
- 1) Toward behavior คือ ทักษะคติที่มีต่อพฤติกรรม (TRA Model)
- 2) Intrinsic motivation คือ การจูงใจจากภายใน (MM Model)
- 3) Affect toward use คือ ผลกระทบจากการใช้งาน (MPCU Model)
- 4) Affect คือ ผลที่เกิดขึ้น (SCT Model)

2. ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานระบบ (Self-Efficacy) คือ การพิจารณาถึงความสามารถของบุคคลใดบุคคลหนึ่งในการใช้เทคโนโลยีเพื่อความสำเร็จของงาน โดยมีโครงสร้างที่ได้รับการพัฒนามาจาก SCT Model

3. ความกังวลใจของผู้ใช้งานระบบ (Anxiety) คือ การพิจารณาถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งานระบบที่ตอบสนองเมื่อมีการใช้งานมีโครงสร้างที่ได้รับการพัฒนามาจาก SCT Model เช่นเดียวกับ Self-Efficacy

นอกจากนี้ยังพบว่าพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบ (Behavioral Intention to Use the System) มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้ระบบ (Use Behavior) ซึ่งพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบได้รับพัฒนามาจากทฤษฎี TAM (Davis, 1989) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า คือ แผนสำหรับการใช้งานและพฤติกรรมการใช้ระบบหรืออีกนัยหนึ่งเรียกว่า “การใช้งานจริง (Actual Use)” นั้นหมายถึง การวัดการกระทำหรือการปฏิบัติของรายละเอียดการใช้งานระบบงานวิจัยที่ผ่านมาของ Venkatesh et al. (2003) พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบนั้นส่วนใหญ่จะพบอยู่ใน TRA Model, TPB Model และ MM Model และปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบจะพบอยู่ใน MPCU

Model, C-TAM-TPB Model และ SCT Model และจากผลการวิจัยทั้งหมด Venkatesh et al. (2003) ได้สรุปเป็นแบบจำลอง (Model)



ภาพที่ 2.1 แสดงแบบจำลองการผนวกทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

(The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model)

ที่มา: Venkatesh et al. (2003)

Performance Expectancy (PE) เป็นระดับที่บุคคลมีความเชื่อว่าการใช้ระบบช่วยให้บรรลุผลประโยชน์ในการปฏิบัติงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการรับรู้ประโยชน์ (TAM, การรวมกันระหว่าง TAM-TPB) แรงจูงใจภายนอก (MM) ปริมาณของงาน (MPCU) ประโยชน์ที่ได้รับเชิงเปรียบเทียบ (DOI) และการคาดหวังผล (SCT) ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นการสร้างอยู่ภายในความแข็งแกร่งของแบบจำลองแต่ละแบบบนความตั้งใจและจุดสำคัญเป็นการวัดทั้งความสมัครใจและการบังคับจากการทบทวนวรรณกรรมที่มีอิทธิพลต่อการคาดหวังที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมซึ่งเป็นสมมุติฐานที่จะตรวจสอบตามเพศและอายุ

Effort Expectancy (EE) เป็นระดับของความสะดวกเกี่ยวกับการใช้ระบบโครงสร้างแบบจำลองอื่นที่เป็นแนวทางเดียวกันคือการรับรู้ประโยชน์ (TAM) และความซับซ้อน (DOI และ

MPCU) โดยเกี่ยวข้องกับทั้งสมัครใจและบังคับตามวรรณกรรมที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเป็นสมมุติฐานที่จะตรวจสอบตามเพศอายุและประสบการณ์

Social Influence (SI) เป็นระดับที่บุคคลอื่นเห็นว่ามีค่าสำคัญและเขาควรจะใช้ระบบใหม่ซึ่งคล้ายกับโครงสร้างที่แสดงในการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (TRA, TAM, TPB / DTPB และการรวมกันระหว่าง TAM – TPB) ปัจจัยทางสังคม (MPCU) และภาพลักษณ์ (DOI) เปรียบเทียบกันระหว่างแบบจำลองพบว่าการสร้างพฤติกรรมที่เหมือนกับบุคคลอื่นมันไม่สำคัญกับบริบทของความสมัครใจและกลายเป็นสิ่งสำคัญเมื่อใช้บังคับวรรณกรรมชี้ให้เห็นว่าสถานการณ์ที่บังคับผลของการปฏิบัติตามจะสำคัญในช่วงต้น ประสบการณ์ส่วนบุคคลของรางวัลและบทลงโทษ จึงถูกนำมาใช้ในทางสังคมเกี่ยวข้องกับความสมัครใจทำงานโดยมีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

Facilitating Conditions (FC) เป็นระดับที่บุคคลเชื่อว่าโครงสร้างองค์กรและทางเทคนิคมีเพื่อสนับสนุนการใช้ระบบนี้ซึ่งแบบจำลองที่เกี่ยวข้องคือพฤติกรรมการรับรู้ควบคุม (TPB/DTPB) และการรวมระหว่าง TAM-TPB การอำนวยความสะดวกทางเงื่อนไข (MPCU) และความเข้ากันได้ (DOI) เมื่อเปรียบเทียบกันพบว่าความต่ำผันระหว่างความตั้งใจ และความสมัครใจหรือบังคับในการฝึกอบรมครั้งแรกแต่อิทธิพลดังกล่าวจะหายไปในหนึ่งเดือนหลังจากการใช้

2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นระบบที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการ (Need) ในความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลทำให้เกิดการตอบสนอง (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) โดยสามารถเรียกว่าโมเดลที่ใช้อธิบายระบบนี้ได้อีกลักษณะว่า S-R Theory ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทั้งภายในและภายนอก นักการตลาดจะสนใจ เน้นการสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดซึ่งควบคุมได้ และสิ่งกระตุ้นอื่นที่ควบคุมไม่ได้

1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

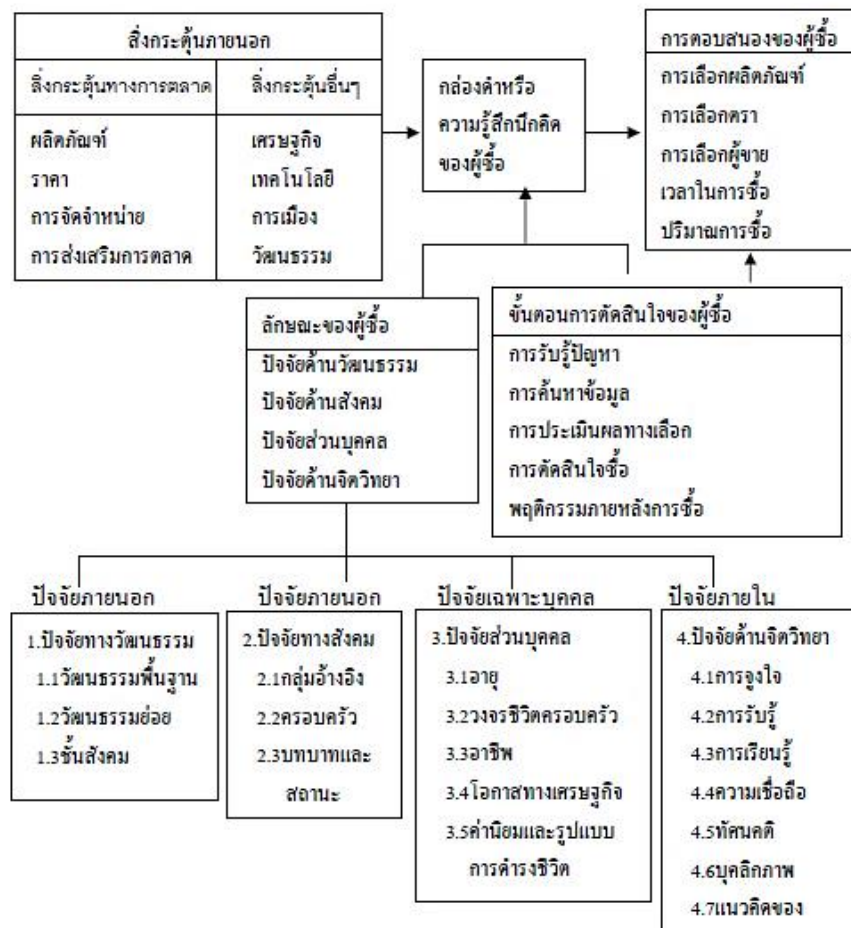
- สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price)
- สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Place)
- สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2. ความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ (Buyer's black box) เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box)

ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนอง (Buyer's Response) การตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- 1) การเลือกผลิตภัณฑ์
- 2) การเลือกตราสินค้า
- 3) การเลือกผู้ขาย
- 4) การเลือกเวลาในการซื้อ
- 5) การเลือกปริมาณการซื้อ



ภาพที่ 2.2 แสดงรูปแบบพฤติกรรมการณ์ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค
ที่มา: Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. P.172. 9th ed. New Jersey: A Simon & Schuster Company.

2.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (Kotler, 1997, p. 172 – 188) สรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย

1) วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคนส่วนใหญ่ในสังคม และเป็นตัวกำหนดความต้องการและพฤติกรรมพื้นฐาน โดยส่วนใหญ่ของบุคคลเป็นสิ่งที่ปลูกฝังโดยเริ่มต้นจากครอบครัว โรงเรียน และสังคม ดังนั้นจึงควรให้ความสนใจศึกษารายละเอียดของวัฒนธรรม เพื่อที่จะปรับปรุงสินค้าและบริการ หรือเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม

2) วัฒนธรรมย่อยหรือวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมของบุคคลบางกลุ่ม ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกในกลุ่มสำหรับสินค้าและบริการ บางอย่างที่เจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่มีวัฒนธรรมย่อยเป็นของกลุ่มนั้น จำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจในวัฒนธรรมย่อยนั้นด้วย

3) ระดับชั้นสังคม เช่น ฐานะการศึกษา หรืออาชีพ เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการบริโภคของคนในแต่ละกลุ่ม เพื่อสร้างการยอมรับจากระดับชั้นในสังคมนั้น ๆ

2. ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย

1) กลุ่มอ้างอิง ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล ทั้งทางตรงและทางอ้อม กลุ่มที่มีผลโดยตรง เรียกว่า สมาชิกในกลุ่ม (Membership Group) ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) เช่น ครอบครัว เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่มีการติดต่ออย่างใกล้ชิดและไม่เป็นทางการ และกลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Group) เช่น ศาสนาอาชีพ หรือสหภาพ เป็นกลุ่มอ้างอิงของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือการสร้างผู้นำความคิด (Opinion Leader) หรือบุคคลที่เป็นตัวแทนของสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นกลุ่มที่สังคมยอมรับเพื่อเป็นตัวแทนของสินค้าและบริการ

2) ครอบครัวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค จึงจะต้องศึกษาถึงบทบาทและความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว พฤติกรรมการบริการของบุคคลในครอบครัว บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในครอบครัว

3) บทบาทและสถานะบุคคลที่เกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัวกลุ่มอ้างอิงองค์กร และสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาท และสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

1) อายุ: การที่มีอายุแตกต่างกันย่อมจะมีความต้องการสินค้าและบริการที่

แตกต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุ เช่น กลุ่มวัยรุ่นมักชอบใช้จ่ายเงินไปกับสิ่งแปลกใหม่ สินค้าและบริการที่เป็นแฟชั่นมากกว่าการเก็บเงินหรือนำเงินไปฝากธนาคาร

2) ขั้นตอนของวงจรชีวิตครอบครัว: เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัวการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอน เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความต้องการทางด้านทัศนคติและค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในตัวสินค้าและบริการ และพฤติกรรมซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่แตกต่างกัน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ที่เป็น โสดและอยู่ในวัยหนุ่มสาว หรือคู่สมรส หรือบุคคลที่อยู่คนเดียวเนื่องจากหย่าร้าง ก็จะมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน

3) อาชีพ: ซึ่งอาชีพของบุคคลแต่ละคนจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน จะต้องศึกษาว่ากลุ่มบุคคลในอาชีพใดให้ความสนใจกับสินค้าและบริการใดมากที่สุด เพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการให้เหมาะสม

4) รายได้หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ: โอกาสทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจบริโภค โอกาสเหล่านี้จะประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน จึงจำเป็นต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลให้คนมีรายได้ต่ำ ในส่วนของกิจการต้องปรับปรุง สินค้าและบริการ การจัดจำหน่ายการตั้งราคา ลดการผลิตและสินค้าคงคลังลง รวมไปถึงถึงวิธีการต่าง ๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน

5) การศึกษา: ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคสินค้า และบริโภคที่มีคุณภาพดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

6) รูปแบบการดำรงชีวิต: โดยการแสดงออกในรูปแบบของ AIOs คือ กิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรม ชั้นของสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล ในทางการตลาดเชื่อว่าการเลือกบริโภคสินค้าของบุคคลขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิต

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา การเลือกบริโภคของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยาถือว่าเป็นปัจจัยภายในของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการ ปัจจัยภายในประกอบด้วย

1) การจูงใจ: เป็นสิ่งที่เกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น สิ่งกระตุ้นที่ทางการตลาดใช้เครื่องมือทางการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

2) การรับรู้: เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น

ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ และอารมณ์ ส่วนปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้นการรับรู้ของประสาทสัมผัสทั้งห้า

3) การเรียนรู้: การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือความโน้มเอียงของพฤติกรรม จากประสบการณ์ที่ผ่านมาทางการตลาดจึงได้มีการประยุกต์แนวความคิดนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีก หรือจัดการส่งเสริมการขายเพื่อทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าและใช้บริการเป็นประจำ สิ่งกระตุ้นที่จะมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ ต้องมีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค

4) ความเชื่อและทัศนคติ: เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต ซึ่งบางความเชื่อ เป็นความเชื่อในด้านลบจึงต้องมีการรณรงค์เพื่อแก้ไขความเชื่อที่ผิดพลาดนั้น

5) บุคลิกภาพ: เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อซึ่งมีทางเลือกอยู่ 2 ทางเลือก ได้แก่ ทางเลือกที่ 1 คือ การสร้างทัศนคติของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าและบริการของกิจการ หรือพิจารณาว่าทัศนคติของผู้บริโภคเป็นอย่างไร แล้วจึงพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งวิธีหลังนี้จะทำได้ง่ายกว่า สำหรับการสร้างทัศนคตินั้น ต้องยึดหลักองค์ประกอบของการเกิดทัศนคติซึ่งมี 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนของความเข้าใจ ส่วนของความรู้สึก และส่วนของพฤติกรรม

6) แนวความคิดของตนเอง: ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตน สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้น ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยดังกล่าว ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อในผลิตภัณฑ์ที่ผู้จำหน่ายพยายามชี้ช่องทางให้เกิดการซื้อ

2.1.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Kolter, 1997, p.171) เป็นการค้นหาพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เพื่อที่จะทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคโดยการตั้งคำถามและคำตอบที่ได้ จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาด ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบไปด้วย Who, What, Why, Whom, When, Where และ How เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ประกอบไปด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังต่อไปนี้

ตาราง 2.1 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้หลัก 6Ws, 1H และ 7Os

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ และพฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม และสามารถสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลัก รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ควบ ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขา ด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) และกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies)

ตาราง 2.1 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้หลัก 6Ws, 1H และ 7Os (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
4.ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ การโฆษณา และ (หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5.ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือ ช่วงฤดูใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของโอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใด จึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6.ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์ผู้ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7.ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย 1.การรับรู้ปัญหา 2.การค้นหาข้อมูล 3.การประเมินผลทางการเลือก 4.ตัดสินใจซื้อ 5.ความรู้สึกลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้กันมากคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่ผู้วิจัยท่านอื่นได้เคยศึกษาในหัวข้อนี้ เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในงานวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

ณัฐชนัน สุานคิมงคลวิทย์ และดร.ณกมล จันทร์สม (2557) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแท็บเล็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ของตราสินค้า ความภักดีต่อสินค้า และความไว้วางใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีแท็บเล็ตไว้ใช้งานอย่างน้อย 1 เครื่อง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาอธิบายค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้การทดสอบสมมติฐาน T-test และ F-test และการวิเคราะห์ทางสถิติหาค่าความสัมพันธ์ของANOVA และการวิเคราะห์ MRA (Multiple Regression Analysis) โดยผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง และมีรายได้ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตมากที่สุด ในด้านผลิตภัณฑ์ คือ ฟังก์ชันและการใช้งานที่หลากหลาย ในด้านราคา คือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพและฟังก์ชันการใช้งาน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การให้บริการติดต่อสอบถามของศูนย์บริการ และในด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การรับประกันสินค้าหรือตัวเครื่อง
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตมากที่สุด ในด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้า คือ ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ ในด้านความภักดีต่อสินค้า คือ การคิดถึงสินค้าภายใต้ตราสินค้านี้ก่อน และด้านความไว้วางใจ คือ ความไว้วางใจในประสิทธิภาพในการใช้งานของตัวผลิตภัณฑ์แท็บเล็ตที่ตรงตามความต้องการและความไว้วางใจในบริการทั้งก่อนและหลังซื้อเท่ากัน

วิไลลักษณ์ บุญยัง วงศ์ธีรา สุวรรณิน และบุญเรือง ศรีเหรียญ (2558) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมุ่งศึกษา

ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและความจงรักภักดีต่อตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้สมาร์ทโฟนระบบปฏิบัติการไอโอเอสและระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.85 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การถดถอยโลจิสติกแบบทวิ โดยผลการศึกษาพบว่า

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนระบบปฏิบัติการไอโอเอส และระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์อยู่ในระดับมาก
2. ผลการวิเคราะห์ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนระบบปฏิบัติการไอโอเอส อยู่ในระดับมาก และระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์อยู่ในระดับมากที่สุด
3. ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและความจงรักภักดีต่อตราสินค้าไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร

พชญา สุวรรณแสน วิวรรณ กาญจนวชิ และกนกภรณ์ อ่วมพราหมณ์ (2557) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา” โดยมีมุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน วิเคราะห์ปัจจัยการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน และเพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จำนวน 392 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของข้อมูลทั่วไป และระดับความสำคัญของพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน โดยผลการศึกษาพบว่า

1. พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนเพื่อการติดต่อสื่อสาร และนิยมใช้งานในการติดต่อสื่อสารมากที่สุด รวมถึงมีปริมาณการใช้งานต่อวันส่วนใหญ่ใช้เวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนในเรื่องสาเหตุการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนมี 5 ปัจจัย คือ ด้านการใช้งาน ด้านสังคม ด้านรูปลักษณ์ ด้านบริการ และด้านการติดต่อสื่อสาร

3. ปัจจัยในเรื่องการใช้บริการของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนมี 2 ปัจจัย คือ ด้านแรงจูงใจและคุณภาพเครือข่าย และด้านการบริการเบื้องต้น ส่วนความคิดเห็นต่อผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนทั้ง 3 บริษัท คือ AIS DTAC และ True move ในการให้บริการด้านต่าง ๆ 4 ด้าน คือ คุณภาพเครือข่าย ราคาค่าบริการ โปรโมชัน และภาพลักษณ์พบว่านักศึกษามีความคิดเห็นต่อบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิษณุ เหลืองลออ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ อัจฉราพรรณ ลีพันธ์ (2558) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม การซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Smart Phone ของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมุ่งศึกษาเพื่อทราบพฤติกรรม การซื้อ Smart Phone ของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อทราบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Smart Phone ของ Gen Y กลุ่มตัวอย่าง คือ Gen Y ที่มี Smart Phone ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติ 2 กลุ่มในการวิเคราะห์ คือ กลุ่มแรก ใช้สถิติบรรยายจำพวกร้อยละในการสรุปพฤติกรรม ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวิเคราะห์ด้วยสถิติค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มที่สองเป็นสถิติทดสอบ จะใช้สถิติ T-test และแบ่งกลุ่ม Gen Y ออกเป็นกลุ่ม ๆ โดยใช้ Cluster Analysis เพื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ (Cluster) และสถิติ One Way ANOVA โดยผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป Smart Phone เครื่องล่าสุดที่ซื้อเป็น iPhone รองลงมา คือ Samsung เหตุผลที่ซื้อยี่ห้อดังกล่าว คือ ความชอบ/ดี ฟังก์ชันการทำงานครบ และรูปทรง/ดีไซน์ ส่วนใหญ่ซื้อในห้างสรรพสินค้า ราคาที่ซื้อมากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป สิที่นิยมซื้อ คือ สีดำกับสีขาว ส่วนใหญ่จะเก็บโทรศัพท์เครื่องเก่าไว้ Gen Y จะใช้โทรศัพท์เครื่องหนึ่ง ๆ 1 - 2 ปี ปัจจัยในการเลือกซื้อโทรศัพท์ คือ การใช้งานอินเทอร์เน็ต ความรวดเร็วในการประมวล ตอบสนองการใช้งานและรองรับเครือข่าย 3G

2. ปัจจัยในการเลือกซื้อ Smart Phone ระหว่างเพศชายและเพศหญิง Gen Y ที่ศึกษาค้นคว้าปริญญาตรี กับ Gen Y ที่สำเร็จปริญญาตรี/กำลังศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป และกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน มีความแตกต่างกัน จากการ Classify 2 ครั้ง ด้วยวิธี Hierarchical Cluster Analysis และวิธี K-Means Cluster Analysis เพื่อจำแนกกลุ่มย่อย (Cluster) พบว่ามีกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่ม

“ใช้ง่าย” กลุ่ม “ต้องมี” กลุ่ม “นักสังคม (ออนไลน์)” และกลุ่ม “คุ้มค่า” ผลการทดสอบพบว่า แต่ละกลุ่มให้ความสำคัญในแต่ละปัจจัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธีรวิทย์ พรพิชยานุรักษ์ และดร.ศศิธร จัวนพันธ์ (2557) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนเป็นโทรศัพท์เครื่องที่สองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมุ่งศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนเป็นโทรศัพท์เครื่องที่สองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ราคาสินค้า และปัจจัยนวัตกรรมทางเทคโนโลยีของสมาร์ทโฟนที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนเป็นเครื่องที่สองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่จำกัดยี่ห้อจำนวนตั้งแต่ 2 เครื่องขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอายุระหว่าง 20 - 59 ปี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-Test F-Test และ MRA ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 5 โดยผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ค่าขายมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และสถานภาพการสมรสเป็นโสด
2. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส ยกเว้น อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนเป็นโทรศัพท์เครื่องที่สองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสมาร์ทโฟน ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยราคาสินค้าของสมาร์ทโฟน ได้แก่ ภาพลักษณ์ของราคาสินค้า และความภักดีต่อราคาสินค้า และปัจจัยนวัตกรรมทางเทคโนโลยีของสมาร์ทโฟน ได้แก่ ด้านระบบปฏิบัติการและด้านระบบเครือข่าย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนเป็นโทรศัพท์เครื่องที่สองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาคือ ผู้บริโภคที่ใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จึงได้กำหนดรายละเอียดของขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population)

งานวิจัยในครั้งนี้มีจำนวนประชากร คือ ผู้บริโภคที่มีสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ บุคคลทั่วไปที่มีสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยใช้สูตรในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Cochran, 1977) และได้กำหนดค่าความน่าเชื่อถือ 90% และมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 116 คน

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

n = จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนผู้ใช้งานสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดเท่ากับ 90%

d = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้กำหนดเท่ากับ 0.1

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออก 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งลักษณะแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 คือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจับบันทึก ซึ่งลักษณะแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 3 คือ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ซึ่งลักษณะแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 2 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ดังต่อไปนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ในการแปลความหมายของข้อมูล จะกระทำโดยอาศัยขอบเขตของคะแนน 1, 2, 3, 4 และ 5 แปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

โดยได้ตั้งเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทัศนคติในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ดังต่อไปนี้

ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	แสดงว่ามีความสำคัญมากที่สุด
ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	แสดงว่ามีความสำคัญมาก
ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	แสดงว่ามีความสำคัญปานกลาง
ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	แสดงว่ามีความสำคัญน้อย
ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	แสดงว่ามีความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คือ ปัจจัยด้านทัศนคติในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ซึ่งลักษณะแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 6 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ดังต่อไปนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ในการแปลความหมายของข้อมูล จะกระทำโดยอาศัยขอบเขตของคะแนน 1, 2, 3, 4 และ 5 แปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

โดยได้ตั้งเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทัศนคติในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ดังนี้

ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	แสดงว่ามีความสำคัญมากที่สุด
ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	แสดงว่ามีความสำคัญมาก
ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	แสดงว่ามีความสำคัญปานกลาง
ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	แสดงว่ามีความสำคัญน้อย
ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	แสดงว่ามีความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษ จำนวน 1 ข้อ

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อให้ครอบคลุมในวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ได้กำหนดวิธีวิธีการเก็บข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 116 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากอินเทอร์เน็ต (Internet) เอกสาร บทความ และผลการวิจัย เป็นต้น

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่รวบรวมได้ทั้งหมด มาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ของข้อมูลทางสถิติ โดยการประมวลผลของเครื่องคอมพิวเตอร์ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences) โดยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency)

สถิติเชิงอ้างอิง (Inference Statistics) เพื่อใช้วิเคราะห์ถึงผลกระทบของตัวแปรต่าง ๆ เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษาโดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 90% นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ Chi-Square และ Cluster Analysis



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกาเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ผู้วิจัยได้นำข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 116 ชุด นำมาทำการวิเคราะห์โดยผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ หรือ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 8 ส่วน ดังต่อไปนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมกาใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก
- 4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก
- 4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก
- 4.5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นในการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษ
- 4.6 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์โดยใช้วิธี Chi-Square Test
- 4.7 การวิเคราะห์ Cluster Analysis แบบ K-Means Cluster
- 4.8 สรุปข้อเสนอในงานวิจัย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

N หมายถึง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
n หมายถึง	จำนวนคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
df หมายถึง	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตาราง 4.1 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

(N = 116)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	58	50.0
หญิง	58	50.0
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	17	14.7
21 – 30 ปี	70	60.3
31 – 40 ปี	19	16.4
41 ปีขึ้นไป	10	8.6
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา / ต่ำกว่า	19	16.4
ปริญญาตรี	66	56.9
ปริญญาโท	30	25.9
ปริญญาเอก	1	0.9
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	31	26.7
พนักงานบริษัท	59	50.9
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4	3.4
รับจ้าง / ธุรกิจส่วนตัว	14	12.1
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	1	0.9
อื่น ๆ	7	6.0

ตาราง 4.1 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ต่อ)

(N = 116)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	20	17.2
5,001 – 10,000 บาท	6	5.2
10,001 – 15,000 บาท	11	9.5
15,001 – 20,000 บาท	15	12.9
20,001 – 25,000 บาท	12	10.3
25,001 – 30,000 บาท	16	13.8
30,001 – 35,000 บาท	4	3.4
35,000 บาทขึ้นไป	32	27.6

จากตาราง 4.1 พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 116 คน มีจำนวนทั้งเพศชายและหญิงในจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.3 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.9 อาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 50.9 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.6 โดยมีรายละเอียดลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

จำแนกตามเพศ

ผู้วิจัยได้จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 2 กลุ่มคือ เพศชาย และเพศหญิง พบว่าทั้ง 2 กลุ่มมีจำนวนมีเท่า ๆ กัน คือ เพศชาย จำนวน 58 คน และเพศหญิง จำนวน 58 คน แต่ละกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 50

จำแนกตามอายุ

ผู้วิจัยได้จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 4 กลุ่มคือ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มอายุ 21 – 30 ปี กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี และกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป โดยเรียงลำดับจากกลุ่มอายุของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ดังนี้ กลุ่มอายุที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ กลุ่มอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมา คือ กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้วิจัยได้จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 4 กลุ่มคือ กลุ่มระดับมัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า กลุ่มระดับปริญญาตรี กลุ่มระดับปริญญาโท และกลุ่มระดับปริญญาเอก โดยเรียงลำดับจากกลุ่มระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ดังนี้ กลุ่มระดับการศึกษาที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ กลุ่มระดับปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมา คือ กลุ่มระดับปริญญาโท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 กลุ่มระดับมัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และกลุ่มระดับปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

จำแนกตามอาชีพ

ผู้วิจัยได้จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 6 กลุ่มคือ กลุ่มนักเรียน หรือนักศึกษา กลุ่มพนักงานบริษัท กลุ่มรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ กลุ่มรับจ้าง หรือธุรกิจส่วนตัว กลุ่มพ่อบ้าน หรือแม่บ้าน กลุ่มอื่น ๆ โดยเรียงลำดับจากกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ดังนี้ กลุ่มอาชีพที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ กลุ่มพนักงานบริษัท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมา คือ กลุ่มนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 กลุ่มรับจ้าง หรือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 กลุ่มอื่น ๆ จำนวน 7 คน ได้แก่ พ่อครัว ช่างภาพ และวิศวกร คิดเป็นร้อยละ 6 กลุ่มรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 และกลุ่มพ่อบ้าน หรือแม่บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้วิจัยได้จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 8 กลุ่มคือ กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 35,000 บาท กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,000 บาทขึ้นไป โดยเรียงลำดับจากกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ดังนี้ กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,000 บาทขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 รองลงมา คือ กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 -

10,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 35,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็น ร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก

ตาราง 4.2 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่ใช้

(N = 116)

ประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แท็บเล็ต (Tablet)	1	0.9
สมาร์ตโฟน (Smartphone)	66	56.9
ทั้ง 2 ประเภท	49	42.2

จากตาราง 4.2 ผู้วิจัยได้จำแนกตามประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่ใช้ของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ใช้งานแท็บเล็ต (Tablet) กลุ่มผู้ใช้งานสมาร์ตโฟน (Smartphone) และกลุ่มผู้ใช้งานทั้ง 2 ประเภท พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่เป็นสมาร์ตโฟน (Smartphone) มากที่สุด จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมา คือ กลุ่มผู้ใช้งานทั้ง 2 ประเภท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 และกลุ่มผู้ใช้งานแท็บเล็ต (Tablet) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

ตาราง 4.3 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่ใช้

(N = 116)

จำนวนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 เครื่อง	57	49.1
2 เครื่อง	45	38.8
มากกว่า 2 เครื่องขึ้นไป	14	12.1

จากตาราง 4.3 ผู้วิจัยได้จำแนกตามจำนวนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่ใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ใช้งานที่มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) จำนวน 1 เครื่อง กลุ่มผู้ใช้งานที่มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) จำนวน 2 เครื่อง และกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) จำนวนมากกว่า 2 เครื่องขึ้นไป พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) จำนวน 1 เครื่องมากที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมา คือ กลุ่มผู้ใช้งานที่มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) จำนวน 2 เครื่อง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 และกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) จำนวนมากกว่า 2 เครื่องขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 ตามลำดับ

ตาราง 4.4 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบปฏิบัติการของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่ใช้ (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)

(n = 155)

ระบบปฏิบัติการของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device)	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ระบบปฏิบัติการ IOS	95	61.3
ระบบปฏิบัติการ Android	54	34.8
ระบบปฏิบัติการ Window Phone	6	3.9

จากตาราง 4.4 ผู้วิจัยได้จำแนกตามระบบปฏิบัติการของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่ใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มระบบปฏิบัติการ IOS กลุ่มระบบปฏิบัติการ Android และกลุ่มระบบปฏิบัติการ Window Phone พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งานระบบปฏิบัติการ IOS มากที่สุด จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมา คือ กลุ่มระบบปฏิบัติการ Android จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และกลุ่มระบบปฏิบัติการ Window Phone จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9

ตาราง 4.5 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่ใช้ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ในชีวิตประจำวัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(n = 596)

กิจกรรมที่ใช้ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device)	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ส่งและรับข้อความแบบโต้ตอบกันทันที (Chat)	107	18.0
ติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ	86	14.4
ชมรายการ ละคร ฯลฯ ย้อนหลัง	49	8.2
เล่นเกม	64	10.7
รับ หรือส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ email)	59	9.9
จดบันทึก	76	12.8
เล่นโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network)	59	9.9
ถ่ายรูป หรือวิดีโอ	90	15.1
อื่น ๆ	6	1.0

จากตาราง 4.5 ผู้วิจัยได้จำแนกตามกิจกรรมที่ใช้ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ในชีวิตประจำวันของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 9 กลุ่ม คือ กลุ่มส่งและรับข้อความแบบโต้ตอบกันทันที (Chat) กลุ่มติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ กลุ่มชมรายการ ละคร ฯลฯ ย้อนหลัง กลุ่มเล่นเกม กลุ่มรับ หรือส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ email) กลุ่มจดบันทึก กลุ่มเล่นโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) กลุ่มถ่ายรูป หรือวิดีโอ และกลุ่มกิจกรรมอื่น ๆ โดยเรียงลำดับจากกลุ่มกิจกรรมที่ใช้ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ในชีวิตประจำวันของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ดังนี้ กลุ่มกิจกรรมที่ใช้ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ในชีวิตประจำวันมากที่สุด คือ กลุ่มส่งและรับข้อความแบบโต้ตอบกันทันที (Chat) จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 รองลงมา คือ กลุ่มถ่ายรูป หรือวิดีโอ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 กลุ่มติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 กลุ่มจดบันทึก จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 กลุ่มเล่นเกม จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 กลุ่มรับหรือส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ email) และกลุ่มเล่นโซเชียล เน็ตเวิร์ค (Social Network) ทั้ง 2 กลุ่มมีจำนวน 59 คน แต่ละกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 9.9 กลุ่มชมรายการ ละคร ฯลฯ ย้อนหลัง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 และกลุ่มกิจกรรมอื่น ๆ ได้แก่ ขาย

สินค้าออนไลน์ (Online) เตือนความจำ ชำระยอดค้างชำระค่าโทรศัพท์ออนไลน์ (Online) เติมเงิน เกม สำหรับเรียนในห้องเรียนและเก็บ หรือเรียกดูเนื้อเพลง รวมถึงคอร์ด (Chord) เพลงสำหรับเล่นดนตรีอาชีพ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตาราง 4.6 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแอปพลิเคชัน (Application) ที่ใช้ในการจดบันทึก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(n = 143)

แอปพลิเคชัน (Application) ที่ใช้ในการจดบันทึก	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
Notes Application	98	68.5
Notepad Application	26	18.2
Evernote Application	8	5.6
Ultimate Notepad Application	4	2.8
ColorNote Application	4	2.8
อื่น ๆ	3	2.1

จากตาราง 4.6 ผู้วิจัยได้จำแนกตามแอปพลิเคชัน (Application) ที่ใช้ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 6 กลุ่ม คือ กลุ่ม Notes Application กลุ่ม Notepad Application กลุ่ม Evernote Application กลุ่ม Ultimate Notepad Application กลุ่ม ColorNote Application และกลุ่มแอปพลิเคชัน (Application) อื่น ๆ โดยเรียงลำดับจากกลุ่มแอปพลิเคชัน (Application) ที่ใช้ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ดังนี้ กลุ่มแอปพลิเคชัน (Application) ที่ใช้ในการจดบันทึกมากที่สุด คือ กลุ่ม Notes Application จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมา คือ กลุ่ม Notepad Application จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 กลุ่ม Evernote Application จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 กลุ่ม Ultimate Notepad Application และกลุ่ม ColorNote Application ทั้ง 2 กลุ่มมีจำนวน 4 คน แต่ละกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 2.8 และกลุ่มแอปพลิเคชัน (Application) อื่น ๆ ได้แก่ Google docs, T-note และ Sol Calendar จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ตาราง 4.7 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ใช้ในการจดบันทึก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(n = 403)

สถานที่ในการจดบันทึก	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
สถานที่ทำงาน	79	19.6
บนรถส่วนตัว	49	12.2
รถโดยสารสาธารณะ	44	10.9
ที่พักอาศัย	91	22.6
ห้างสรรพสินค้า	48	11.9
ร้านอาหาร หรือร้านกาแฟ	48	11.9
สถานที่ท่องเที่ยว	37	9.2
สถานที่อื่น ๆ	7	1.7

จากตาราง 4.7 ผู้วิจัยได้จำแนกตามสถานที่ที่ใช้ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 8 กลุ่ม คือ กลุ่มสถานที่ทำงาน กลุ่มบนรถส่วนตัว กลุ่มรถโดยสารสาธารณะ กลุ่มที่พักอาศัย กลุ่มห้างสรรพสินค้า กลุ่มร้านอาหาร หรือร้านกาแฟ กลุ่มสถานที่ท่องเที่ยว และกลุ่มสถานที่อื่น ๆ โดยเรียงลำดับจากกลุ่มสถานที่ที่ใช้ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ดังนี้ กลุ่มสถานที่ที่ใช้ในการจดบันทึกมากที่สุด คือ กลุ่มที่พักอาศัย จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 รองลงมา คือ กลุ่มสถานที่ทำงาน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 กลุ่มบนรถส่วนตัว จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 กลุ่มห้างสรรพสินค้า และกลุ่มร้านอาหารหรือร้านกาแฟ ทั้ง 2 กลุ่มมีจำนวน 48 คน ในแต่ละกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 11.9 กลุ่มรถโดยสารสาธารณะ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 กลุ่มสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และกลุ่มสถานที่อื่น ๆ ได้แก่ มหาวิทยาลัย โรงเรียน ห้องเรียน จดบันทึกทุกสถานที่ที่คิดจะไรรอก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตาราง 4.8 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหัวข้อเรื่องในการจดบันทึก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(n = 273)

หัวข้อเรื่องในการจดบันทึก	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เรื่องการศึกษา	46	16.8
เรื่องการทำงาน	87	31.9
เรื่องส่วนตัว	91	33.3
เรื่องความรู้ทั่วไป	49	18.0

จากตาราง 4.8 ผู้วิจัยได้จำแนกตามหัวข้อเรื่องในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มเรื่องการศึกษา กลุ่มเรื่องการทำงาน กลุ่มเรื่องส่วนตัว และกลุ่มเรื่องความรู้ทั่วไป โดยเรียงลำดับจากกลุ่มหัวข้อเรื่องในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปย้งน้อยที่สุด ดังนี้ กลุ่มหัวข้อเรื่องในการจดบันทึกมากที่สุด คือ กลุ่มเรื่องส่วนตัว จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ กลุ่มเรื่องการทำงาน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 กลุ่มเรื่องความรู้ทั่วไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และกลุ่มเรื่องการศึกษา จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

ตาราง 4.9 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการป้อนข้อมูลในการจดบันทึก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(n = 182)

รูปแบบการป้อนข้อมูลในการจดบันทึก	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
การพิมพ์ (Keyboard)	113	62.1
การใช้เสียงพูด (Voice to text)	14	7.7
การใช้ปากกาอิเล็กทรอนิกส์ (Stylus)	8	4.4
การคัดลอก (Copy)	47	25.8

จากตาราง 4.9 ผู้วิจัยได้จำแนกตามรูปแบบการป้อนข้อมูลในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มการพิมพ์ (Keyboard) กลุ่มการใช้เสียงพูด (Voice to text) กลุ่มการใช้ปากกาอิเล็กทรอนิกส์ (Stylus) กลุ่มการคัดลอก (Copy) โดยเรียงลำดับจากกลุ่มรูปแบบการป้อนข้อมูลในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปย้งน้อยที่สุด ดังนี้ กลุ่มรูปแบบ

การป้อนข้อมูลในการจดบันทึกมากที่สุด คือ กลุ่มการพิมพ์ (Keyboard) จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1 รองลงมา คือ กลุ่มการคัดลอก (Copy) จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 กลุ่มการใช้เสียงพูด (Voice to text) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และกลุ่มการใช้ปากกาอิเล็กทรอนิกส์ (Stylus) จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ตาราง 4.10 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภาษาที่ใช้ในการจดบันทึก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(n = 183)

ภาษาที่ใช้ในการจดบันทึก	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ภาษาไทย	112	61.2
ภาษาอังกฤษ	71	38.8

จากตาราง 4.10 ผู้วิจัยได้จำแนกตามภาษาที่ใช้ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ภาษาไทยในการจดบันทึก จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 และภาษาอังกฤษ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8

ตาราง 4.11 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนตัวอักษรต่อครั้งที่จดบันทึก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(n = 139)

จำนวนตัวอักษรต่อครั้งที่จดบันทึก	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 ตัวอักษร	56	40.3
101 – 300 ตัวอักษร	46	33.1
301 – 600 ตัวอักษร	28	20.1
601 – 900 ตัวอักษร	5	3.6
901 ตัวอักษรขึ้นไป	4	2.9

จากตาราง 4.11 ผู้วิจัยได้จำแนกตามจำนวนตัวอักษรต่อครั้งที่จดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 5 กลุ่ม คือ จำนวนต่ำกว่า 100 ตัวอักษร จำนวน 101 - 300 ตัวอักษร จำนวน 301 - 600 ตัวอักษร จำนวน 601 - 900 ตัวอักษร และจำนวน 901 ตัวอักษรขึ้นไป โดยเรียงลำดับจาก

กลุ่มจำนวนตัวอักษรต่อครั้งที่จดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ดังนี้ กลุ่มจำนวนตัวอักษรต่อครั้งที่จดบันทึกมากที่สุด คือ กลุ่มต่ำกว่า 100 ตัวอักษร จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมา คือ จำนวน 101 - 300 ตัวอักษร จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 จำนวน 301 - 600 ตัวอักษร จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1 จำนวน 601 - 900 ตัวอักษร จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 และจำนวน 901 ตัวอักษรขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ตาราง 4.12 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการจดบันทึก (N = 116)

ความถี่ในการจดบันทึก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จดบันทึกทุกวัน	27	23.3
จดบันทึกสัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง	45	38.8
จดบันทึกสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	24	20.7
จดบันทึกเดือนละ 1 ครั้ง	17	14.7
จดบันทึกนาน ๆ ครั้ง	3	2.6

จากตาราง 4.12 ผู้วิจัยได้จำแนกตามความถี่ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถาม ออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มจดบันทึกทุกวัน กลุ่มจดบันทึกสัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง กลุ่มจดบันทึกสัปดาห์ละ 1 ครั้ง กลุ่มจดบันทึกเดือนละ 1 ครั้ง และกลุ่มจดบันทึกนาน ๆ ครั้ง โดยเรียงลำดับจากกลุ่มความถี่ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ดังนี้ กลุ่มความถี่ในการจดบันทึกมากที่สุด คือ กลุ่มจดบันทึกสัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา คือ กลุ่มจดบันทึกทุกวัน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 กลุ่มจดบันทึกสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 กลุ่มจดบันทึกเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และกลุ่มจดบันทึกนาน ๆ ครั้ง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก

ตาราง 4.13 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก

(N = 116)

ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก					
ตนเอง	77 (66.4)	29 (25.0)	7 (6.0)	1 (0.9)	2 (1.7)
ครอบครัว	17 (14.7)	34 (29.3)	26 (22.4)	14 (12.1)	25 (21.6)
เพื่อน	11 (9.5)	28 (24.1)	37 (31.9)	16 (13.8)	24 (20.7)
นักแสดง นักร้อง ฯลฯ	3 (2.6)	13 (11.2)	32 (27.6)	13 (11.2)	55 (47.4)
สื่อโฆษณาต่าง ๆ	4 (3.4)	39 (33.6)	40 (34.5)	13 (11.2)	20 (17.2)
2. โซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก					
รีวิว บล็อกเกอร์ (Review Blogger)	15 (12.9)	38 (32.8)	39 (33.6)	7 (6.0)	17 (14.7)
เฟซบุ๊ก (Facebook)	9 (7.8)	31 (26.7)	29 (25.0)	17 (14.7)	30 (25.9)
แอปพลิเคชันไลน์ (Line Application)	10 (8.6)	31 (26.7)	30 (25.9)	11 (9.5)	34 (29.3)

จากตาราง 4.13 พบว่าปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มากที่สุด คือตนเอง ที่ระดับความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.4 และโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มากที่สุด คือ รีวิวบล็อกเกอร์ (Review Blogger) ที่ระดับความสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.6 โดยมีรายละเอียดด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึก

จากตาราง 4.13 ผู้วิจัยได้จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มตนเอง กลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มนักแสดง นักร้อง ฯลฯ และกลุ่มสื่อโฆษณาต่าง ๆ โดยเรียงลำดับจากกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ดังนี้

กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึกมากที่สุด คือ กลุ่มตนเอง โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญมากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ที่ระดับความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 และที่ระดับความสำคัญน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 รองลงมา คือ กลุ่มสื่อต่าง ๆ โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 ที่ระดับความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 ที่ระดับความสำคัญน้อย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 และที่ระดับความสำคัญมากที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 และกลุ่มเพื่อน โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 ที่ระดับความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 ที่ระดับความสำคัญน้อย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และที่ระดับความสำคัญมากที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 กลุ่มครอบครัว โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด

ไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 ที่ระดับความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 ที่ระดับความสำคัญมากที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และที่ระดับความสำคัญน้อย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 และกลุ่มนักแสดง นักร้อง ฯลฯ โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 ที่ระดับความสำคัญมาก และที่ระดับความสำคัญน้อย จำนวน 13 คนเช่นเดียวกัน แต่ละกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 11.2 และที่ระดับความสำคัญมากที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

จำแนกตามโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึก

จากตาราง 4.13 ผู้วิจัยได้จำแนกตามโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มรีวิวบล็อกเกอร์ (Review Blogger) กลุ่มเฟซบุ๊ก (Facebook) และกลุ่มแอปพลิเคชันไลน์ (Line Application) โดยเรียงลำดับจากกลุ่มโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ดังนี้ กลุ่มโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึกมากที่สุด คือ กลุ่มรีวิวบล็อกเกอร์ (Review Blogger) โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ที่ระดับความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 ที่ระดับความสำคัญมากที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 และที่ระดับความสำคัญน้อย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 รองลงมา คือ กลุ่มแอปพลิเคชันไลน์ (Line Application) โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 ที่ระดับความสำคัญน้อย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และที่ระดับความสำคัญมากที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และกลุ่มเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 ที่ระดับความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 ที่ระดับความสำคัญ

ปานกลาง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ที่ระดับความสำคัญน้อย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และที่ระดับความสำคัญมากที่สุด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก

ตาราง 4.14 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านทัศนคติการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก

(N = 116)

ปัจจัยด้านทัศนคติ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านความสะดวกในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก					
ช่วยให้การทำงานสะดวกขึ้น	64 (55.2)	42 (36.2)	8 (6.9)	1 (0.9)	1 (0.9)
สามารถจดบันทึกได้ตลอดเวลา	51 (44.0)	49 (42.2)	14 (12.1)	1 (0.9)	1 (0.9)
สามารถจดบันทึกได้ทุก ๆ ที่	60 (51.7)	42 (36.2)	13 (11.2)	1 (0.9)	0 (0.0)
2. ด้านความสำคัญในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก					
มีความจำเป็นต่อการจดบันทึก	28 (24.1)	49 (42.2)	32 (27.6)	3 (2.6)	4 (3.4)
สามารถรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่จดบันทึกไว้ได้	34 (29.3)	44 (37.9)	31 (26.7)	6 (5.2)	1 (0.9)
จะมีความสำคัญต่อการจดบันทึกในอนาคตข้างหน้า	36 (31.0)	56 (48.3)	18 (15.5)	4 (3.4)	2 (1.7)

จากตาราง 4.14 พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ด้านความสะดวกในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มากที่สุด คือ สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ช่วยในการทำงานสะดวกขึ้น ที่ระดับความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.2 และด้านความสำคัญในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มากที่สุด คือ สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) จะมีความสำคัญต่อการจดบันทึกในอนาคตข้างหน้า ที่ระดับความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.3 โดยมีรายละเอียดปัจจัยด้านทัศนคติในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามดังต่อไปนี้

จำแนกตามด้านความสะดวกในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก

จากตาราง 4.14 ผู้วิจัยได้จำแนกตามด้านความสะดวกในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ช่วยในการทำงานสะดวกขึ้น กลุ่มสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) สามารถจดบันทึกได้ตลอดเวลา และกลุ่มสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) สามารถจดบันทึกได้ทุก ๆ ที่ โดยเรียงลำดับจากกลุ่มต่าง ๆ ในด้านความสะดวกในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ดังนี้ กลุ่มด้านความสะดวกในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มากที่สุด คือ กลุ่มสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ช่วยในการทำงานสะดวกขึ้น โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญมากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 ที่ระดับความสำคัญน้อย และที่ระดับความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 1 คน เช่นเดียวกัน แต่ละกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 0.9 รองลงมา คือ กลุ่มสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) สามารถจดบันทึกได้ทุก ๆ ที่ โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญมากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ที่ระดับความสำคัญน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 และกลุ่มสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) สามารถจดบันทึกได้ตลอดเวลา โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญมากที่สุด

จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ที่ระดับความสำคัญน้อย และที่ระดับความสำคัญมากที่สุดจำนวน 1 คนเช่นเดียวกัน แต่ละกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

จำแนกตามด้านความสำคัญในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก

จากตาราง 4.14 ผู้วิจัยได้จำแนกตามด้านความสำคัญในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความจำเป็นต่อการจดบันทึก กลุ่มสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) สามารถรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่จดบันทึกไว้ได้ และกลุ่มสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) จะมีความสำคัญต่อการจดบันทึกในอนาคตข้างหน้า โดยเรียงลำดับจากกลุ่มด้านความสำคัญในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านความสำคัญในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มากที่สุด คือ กลุ่มสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) จะมีความสำคัญต่อการจดบันทึกในอนาคตข้างหน้า โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 ที่ระดับความสำคัญมากที่สุด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ที่ระดับความสำคัญน้อย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 และที่ระดับความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 รองลงมา คือ กลุ่มสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความจำเป็นต่อการจดบันทึก โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 ที่ระดับความสำคัญมากที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 ที่ระดับความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 และที่ระดับความสำคัญน้อย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 และกลุ่มสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) สามารถรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่จดบันทึกไว้ได้ โดยเรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 ที่ระดับความสำคัญมากที่สุด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 ที่ระดับความสำคัญน้อย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และที่ระดับความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

4.5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นในการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษ

ตาราง 4.15 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นในการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษ

(N = 116)

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เห็นด้วย	107	92.2
ไม่เห็นด้วย	9	7.8

จากตาราง 4.15 แสดงถึงความคิดเห็นในการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 92.2 โดยให้เหตุผลในการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษ ทำให้การใช้งานสะดวก รวดเร็ว ลดปริมาณการใช้กระดาษ สามารถถ่ายรูปหรือถ่ายวิดีโอไว้ช่วยจดบันทึกได้ ในอนาคตจะเป็นที่นิยม และในส่วนที่ไม่เห็นด้วยกับการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 โดยให้เหตุผลในการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษ ทำให้การใช้งานไม่สะดวก เพราะใช้งานยากกว่าการเขียนลงบนกระดาษ ข้อมูลที่บันทึกไว้อาจสูญหายทั้งหมด การเขียนลงบนกระดาษทำให้เกิดความจำได้ดีกว่า

4.6 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์โดยใช้วิธี Chi Square

การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)

(1) เพศมีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่เท่ากัน

(2) เพศมีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่ไม่เท่ากัน

ตาราง 4.16 แสดงถึงความสัมพันธ์ของเพศ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ความถี่ในการจดบันทึกผ่าน สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)					รวม	ร้อยละ
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	เดือนละ ครั้ง	นาน ๆ ครั้ง		
เพศ							
ชาย	16	18	11	11	2	58	50.0
หญิง	11	27	13	6	1	58	50.0
รวม	27	45	24	17	3	116	100.0

Chi-Square = 4.697^a df = 4 Asymptotic Significance = .320

จากตาราง 4.16 แสดงความสัมพันธ์ของเพศ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) พบว่ามีค่า Chi-Square คือ 4.697^a และระดับนัยสำคัญ คือ .320 แสดงว่าความสัมพันธ์ของเพศ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้ยอมรับผลที่ (1) คือ เพศมีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่เท่ากัน

การทดสอบความสัมพันธ์ของอายุ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)

(1) อายุมีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่เท่ากัน

(2) อายุมีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่ไม่เท่ากัน

ตาราง 4.17 แสดงถึงความสัมพันธ์ของอายุ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ความถี่ในการจดบันทึกผ่าน สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)					รวม	ร้อยละ
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	เดือนละ ครั้ง	นาน ๆ ครั้ง		
อายุ							
ต่ำกว่า 20 ปี	5	6	2	4	0	17	14.7
21 – 30 ปี	14	28	18	9	1	70	60.3
31 – 40 ปี	3	7	4	3	2	19	16.4
41 ปีขึ้นไป	5	4	0	1	0	10	8.6
รวม	27	45	24	17	3	116	100.0

Chi-Square = 14.730^a df = 12 Asymptotic Significance = .257

จากตาราง 4.17 แสดงความสัมพันธ์ของอายุ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) พบว่ามีค่า Chi-Square คือ 14.730^a และระดับนัยสำคัญ คือ .257 แสดงว่าความสัมพันธ์ของอายุ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้ยอมรับผลที่ (1) คือ อายุมีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่เท่ากัน

การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับการศึกษา และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)

(1) ระดับการศึกษามีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่เท่ากัน

(2) ระดับการศึกษามีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่ไม่เท่ากัน

ตาราง 4.18 แสดงถึงความสัมพันธ์ของระดับการศึกษา และความถี่ในการจดบันทึกผ่าน
 สมาร์ทโฟน(Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ความถี่ในการจดบันทึกผ่าน สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)					รวม	ร้อยละ
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	เดือนละ ครั้ง	นาน ๆ ครั้ง		
ระดับการศึกษา							
มัธยมศึกษา / ต่ำกว่า	5	8	2	4	0	19	16.3
ปริญญาตรี	13	28	18	6	1	66	56.3
ปริญญาโท	9	9	4	7	1	30	25.9
ปริญญาเอก	0	0	0	0	1	1	0.9
รวม	27	45	24	17	3	116	100.0

Chi-Square = 46.995^a df = 12 Asymptotic Significance = .000

จากตาราง 4.18 แสดงความสัมพันธ์ของระดับการศึกษา และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) พบว่ามีค่า Chi-Square คือ 46.995^a และระดับนัยสำคัญ คือ .000 แสดงว่าความสัมพันธ์ของระดับการศึกษา และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความแตกต่างกันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้ปฏิเสธผลที่ (1) คือ ระดับการศึกษามีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่เท่ากัน และยอมรับผลที่ (2) คือ ระดับการศึกษามีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่ไม่เท่ากัน

การทดสอบความสัมพันธ์ของอาชีพ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)

(1) อาชีพมีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่เท่ากัน

(2) อาชีพมีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่ไม่เท่ากัน

ตาราง 4.19 แสดงถึงความสัมพันธ์ของอายุ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ความถี่ในการจดบันทึกผ่าน สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)					รวม	ร้อยละ
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	เดือนละ ครั้ง	นาน ๆ ครั้ง		
อาชีพ							
นักเรียน / นักศึกษา	6	12	5	8	0	31	26.7
พนักงานบริษัท	15	27	9	7	1	59	50.9
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	1	0	1	0	2	4	3.4
รับจ้าง / ธุรกิจส่วนตัว	3	4	5	2	0	14	12.1
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	0	1	0	0	0	1	0.9
อื่น ๆ	2	1	4	0	0	7	6.0
รวม	27	45	24	17	3	116	100.0

Chi-Square = 53.828^a df = 20 Asymptotic Significance = .000

จากตาราง 4.19 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) พบว่ามีค่า Chi-Square คือ 53.828^a และระดับนัยสำคัญ คือ .000 แสดงว่าความสัมพันธ์ของอาชีพ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความแตกต่างกันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้ปฏิเสธผลที่ (1) คือ อาชีพมีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่เท่ากัน และยอมรับผลที่ (2) คือ อาชีพมีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่ไม่เท่ากัน

การทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)

(1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่เท่ากัน

(2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่ไม่เท่ากัน

ตาราง 4.20 แสดงถึงความสัมพันธ์ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ความถี่ในการจดบันทึกผ่าน สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)					รวม	ร้อยละ
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	เดือน ละครั้ง	นาน ๆ ครั้ง		
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
ต่ำกว่า 5,000 บาท	5	9	3	3	0	20	17.2
5,001–10,000 บาท	1	0	4	1	0	6	5.2
10,001–15,000 บาท	1	5	3	2	0	11	9.5
15,001–20,000 บาท	2	7	2	3	1	15	12.9
20,001–25,000 บาท	1	6	3	2	0	12	10.3
25,001–30,000 บาท	5	8	2	0	1	16	13.8
30,001–35,000 บาท	0	2	1	1	0	4	3.4
35,000 บาทขึ้นไป	12	8	6	5	1	32	27.6
รวม	27	45	24	17	3	116	100.0

Chi-Square = 26.608^a df = 28 Asymptotic Significance = .540

จากตาราง 4.20 แสดงความสัมพันธ์ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) พบว่ามีค่า Chi-Square คือ 26.608^a และระดับนัยสำคัญ คือ .540 แสดงว่าความสัมพันธ์ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้ยอมรับผลที่ (1) คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่เท่ากัน

ตาราง 4.21 แสดงถึงผลสรุปค่า Chi-Square ทั้ง 5 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

(N = 116)

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.	ผลลัพธ์	ความหมาย
เพศ	4.697 ^a	4	.320	ยอมรับ	ไม่แตกต่าง
อายุ	14.730 ^a	12	.257	ยอมรับ	ไม่แตกต่าง
ระดับการศึกษา	46.995 ^a	12	.000	ปฏิเสธ	แตกต่าง
อาชีพ	53.828 ^a	20	.000	ปฏิเสธ	แตกต่าง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	26.608 ^a	28	.540	ยอมรับ	ไม่แตกต่าง

4.7 การวิเคราะห์ Cluster Analysis แบบ K-Means Cluster

ตาราง 4.22 แสดงถึงค่า Cluster ของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม

(N = 116)

	Cluster	
	1	2
เพศ	1	2
อายุ	2.2	2.2
ระดับการศึกษา	2	2
อาชีพ	2.1	2.4
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	4.9	4.8
ประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device)	2.3	2.5
จำนวนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device)	1.5	1.7
ระบบปฏิบัติการ		
ระบบปฏิบัติการ IOS	0.8	0.9
ระบบปฏิบัติการ Android	0.5	0.5
ระบบปฏิบัติการ Window Phone	0.0	0.1

ตาราง 4.22 แสดงถึงค่า Cluster ของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม
(ต่อ)

(N = 116)

	Cluster	
	1	2
กิจกรรมที่ใช้งานผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device)		
ส่งและรับข้อความแบบโต้ตอบกันทันที (Chat)	0.9	0.9
ติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ	0.7	0.8
ชมรายการ ละคร ฯลฯ ย้อนหลัง	0.4	0.4
เล่นเกม	0.5	0.6
รับหรือส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ email)	0.5	0.5
เล่นโซเชียล เน็ตเวิร์ค (Social Network)	0.5	0.5
ถ่ายรูปหรือวิดีโอ	0.8	0.8
จดบันทึก	0.7	0.6
อื่น ๆ	0.0	0.1
แอปพลิเคชัน (Application) ที่ใช้ในการจดบันทึก		
Notes Application	0.8	0.9
Notepad Application	0.1	0.3
Evernote Application	0.0	0.1
Ultimate Notepad Application	0.0	0.0
ColorNote Application	0.0	0.1
อื่น ๆ	0.1	0.0
สถานที่ในการจดบันทึก		
สถานที่ทำงาน	0.6	0.7
บนรถส่วนตัว	0.4	0.5
รถโดยสารสาธารณะ	0.3	0.4
สถานที่ในการจดบันทึก		
ที่พักอาศัย	0.8	0.8
ห้างสรรพสินค้า	0.4	0.4

ตาราง 4.22 แสดงถึงค่า Cluster ของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม (ต่อ)

(N = 116)

	Cluster	
	1	2
สถานที่ในการจดบันทึก		
ร้านอาหารหรือร้านกาแฟ	0.4	0.4
สถานที่ท่องเที่ยว	0.3	0.3
สถานที่อื่น ๆ	0.1	0.0
หัวข้อเรื่องในการจดบันทึก		
เรื่องการศึกษา	0.3	0.5
เรื่องการทำงาน	0.7	0.8
เรื่องส่วนตัว	0.8	0.8
เรื่องความรู้ทั่วไป	0.3	0.5
รูปแบบการป้อนข้อมูลในการจดบันทึก		
การพิมพ์ (Keyboard)	1.0	1.0
การใช้เสียงพูด (Voice to text)	0.0	0.2
การใช้ปากกาอิเล็กทรอนิกส์ (Stylus)	0.0	0.1
การคัดลอก (Copy)	0.3	0.5
ภาษาที่ใช้ในการจดบันทึก		
ภาษาไทย	0.9	1.0
ภาษาอังกฤษ	0.6	0.6
จำนวนตัวอักษรต่อครั้งที่จดบันทึก		
ต่ำกว่า 100 ตัวอักษร	0.6	0.4
101 – 300 ตัวอักษร	0.5	0.4
301 – 600 ตัวอักษร	0.2	0.3
601 – 900 ตัวอักษร	0.0	0.1
901 ตัวอักษรขึ้นไป	0.0	0.0

ตาราง 4.22 แสดงถึงค่า Cluster ของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม (ต่อ)

(N = 116)

	Cluster	
	1	2
ความถี่ในการจดบันทึก	3	2
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก		
ตนเอง	4.6	4.5
ครอบครัว	2.0	3.7
เพื่อน	2.0	3.4
นักแสดง นักร้อง ฯลฯ	1.3	2.6
สื่อโฆษณาต่าง ๆ	2.4	3.3
โซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก		
รีวิวบล็อกเกอร์ (Review Blogger)	2.4	3.7
เฟสบุ๊ก (Facebook)	1.5	3.5
แอปพลิเคชันไลน์ (Line Application)	1.4	3.6
ด้านความสะดวกในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก		
ช่วยให้การทำงานสะดวกขึ้น	4.1	4.7
สามารถจดบันทึกได้ตลอดเวลา	3.9	4.5
สามารถจดบันทึกได้ทุก ๆ ที่	4.2	4.5
ด้านความสำคัญในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก		
มีความจำเป็นต่อการจดบันทึก	3.3	4.1
สามารถรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่จดบันทึกไว้ได้	3.6	4.1
จะมีความสำคัญต่อการจดบันทึก ในอนาคตข้างหน้า	3.7	4.2

จากตาราง 4.22 ผู้วิจัยใช้ Classify จำนวน 2 ครั้ง ด้วยวิธี K-Means Cluster Analysis เพื่อหาจำนวนกลุ่มที่เหมาะสมที่สุด โดยครั้งแรกได้จำแนก Cluster ออกเป็น 4 กลุ่ม แต่ข้อมูลใน

แต่ละกลุ่มไม่แสดงถึงความแตกต่างกัน จึงเลือกจำแนก Cluster ออกเป็น 2 กลุ่มในครั้งที่ 2 ซึ่งผลที่ได้มีความแตกต่างกันและเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์ โดยชื่อของกลุ่ม Cluster ตั้งตามลักษณะเด่นของแต่ละกลุ่ม ดังต่อไปนี้

Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9

Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1

Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง

จากตาราง 4.22 แสดงผู้ใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่อยู่ใน Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุ 21 - 30 ปี เป็นช่วงของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 20,000 บาท ถึง 20,001 – 25,000 บาท โดยส่วนมากกลุ่มนี้นิยมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่เป็น High Brand มีลักษณะการใช้งานสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) เน้นกิจกรรมการส่งและรับข้อความแบบโต้ตอบกันทันที (Chat) ส่วนใหญ่จะบันทึกสลิปค่าห้ละครั้ง เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวในจำนวนต่ำกว่า 100 ตัวอักษรต่อครั้ง เน้นใช้ Notes Application การพิมพ์ (Keyboard) และใช้ภาษาไทยเป็นหลัก กลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับตนเองในระดับมากจนถึงมากที่สุด

ด้านพฤติกรรมการเลือกใช้ของผู้ใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่อยู่ใน Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง ได้แก่ ประเภทของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ส่วนใหญ่เน้นใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) เป็นหลัก จำนวน 1 - 2 เครื่อง นิยมใช้ระบบปฏิบัติการ IOS และระบบปฏิบัติการ Android ตามลำดับ กิจกรรมหลักส่วนใหญ่จะเป็นการส่งและรับข้อความแบบโต้ตอบกันทันที (Chat) กิจกรรมรองลงมา คือ การถ่ายรูป หรือวิดีโอ การติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ และการจดบันทึก การเล่นเกม การรับหรือส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ email) และการเล่นโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) และการชมรายการ ละคร ฯลฯ ย้อนหลัง ตามลำดับ แอปพลิเคชันในการจดบันทึกส่วนใหญ่เป็น Notes Application รองลงมา คือ Notepad Application และแอปพลิเคชันอื่น ๆ สถานที่ในการจดบันทึกส่วนใหญ่จะเป็นที่พักอาศัย รองลงมา คือ ที่ทำงาน บนรถส่วนตัว ห้างสรรพสินค้า และร้านอาหารหรือร้านกาแฟ บนรถโดยสารสาธารณะ และสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่อื่น ๆ ตามลำดับ ส่วนใหญ่จะจดบันทึกเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว รองลงมา คือ เรื่องการทำงาน เรื่องการศึกษา และความรู้ทั่วไป ตามลำดับ รูปแบบการป้อนข้อมูลส่วนใหญ่จะเป็นการพิมพ์ (Keyboard) เป็นหลัก รองลงมา คือ การคัดลอก (Copy) ภาษาที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นภาษาไทย รองลงมา คือ ภาษาอังกฤษ จำนวนตัวอักษรต่อครั้งที่ใช้ในการจดบันทึกส่วนใหญ่จะต่ำกว่า 100 ตัวอักษร รองลงมา คือ จำนวน

101 - 300 ตัวอักษร และจำนวน 301 - 600 ตัวอักษร ตามลำดับ ความถี่ในการจดบันทึกส่วนใหญ่จะเป็นสัปดาห์ละครั้ง

ด้านอิทธิพลทางสังคมต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้ใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่อยู่ใน Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง ส่วนใหญ่ คือ ตนเอง ให้ความสำคัญมากถึงมากที่สุด ครอบครัว เพื่อน และสื่อโฆษณาต่าง ๆ ให้ความสำคัญน้อย และนักแสดง นักร้อง ฯลฯ ให้ความสำคัญน้อยที่สุด สำหรับอิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นรีวิวบล็อกเกอร์ (Review Blogger) ให้ความสำคัญน้อย เฟสบุ๊ก (Facebook) และแอปพลิเคชันไลน์ (Line Application) ให้ความสำคัญน้อยที่สุด

ด้านทัศนคติในการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้ใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่อยู่ใน Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเองส่วนใหญ่ คือ ความสะดวกในการใช้งาน และสามารถจดบันทึกได้ทุก ๆ ที่ ให้ความสำคัญมาก และสามารถจดบันทึกได้ตลอดเวลา ให้ความสำคัญปานกลางถึงมาก ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความจำเป็น ให้ความสำคัญปานกลาง สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) สามารถรักษาไว้ซึ่งข้อมูลได้ และในอนาคตข้างหน้าจะมีความสำคัญ ให้ความสำคัญปานกลางถึงมาก

Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส

จากตาราง 4.22 แสดงผู้ใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่อยู่ใน Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 21 - 30 ปี เป็นช่วงของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 20,000 บาท ถึง 20,001 – 25,000 บาทเช่นเดียวกับกลุ่มที่ 1 กลุ่มนี้นิยมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่เป็น High Brand แต่ก็มีส่วนที่ต้องการทดลองระบบใหม่ ๆ มีลักษณะการใช้งานสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ทุก ๆ กิจกรรมในชีวิตประจำวัน ในกิจกรรมการจดบันทึกส่วนใหญ่จะบันทึกสัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง เกี่ยวกับเรื่องการทำงาน และเรื่องส่วนตัวในจำนวนต่ำกว่า 100 ตัวอักษร และ 101 – 300 ตัวอักษรต่อครั้ง เน้นการพิมพ์ (Keyboard) และใช้ภาษาไทยเป็นหลัก เช่นเดียวกับกลุ่มที่ 1 กลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับอิทธิพลจากสิ่งรอบข้างในระดับความสำคัญที่สูงกว่ากลุ่มที่ 1 ในระดับปานกลางจนถึงมาก และให้ความสำคัญด้านความสะดวก ในการจดบันทึกในระดับมากถึงมากที่สุด

ด้านพฤติกรรมการเลือกใช้ของผู้ใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่อยู่ใน Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส ได้แก่ ประเภทของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) เป็นหลัก และมีทั้ง 2 ประเภท คือ สมาร์ทโฟน (Smartphone) และแท็บเล็ต (Tablet) จำนวน 1 - 2 เครื่อง นิยมใช้ระบบปฏิบัติการ IOS มากที่สุด รองลงมา คือ ระบบปฏิบัติการ Android และระบบปฏิบัติการ Window Phone ตามลำดับ กิจกรรมหลักส่วนใหญ่จะเป็นการส่งและรับข้อความแบบโต้ตอบกันทันที (Chat) กิจกรรมรองลงมา คือ การติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ และการถ่ายรูป หรือวิดีโอ การเล่นเกม และการจดบันทึก การรับหรือส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ email) และการเล่นโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) การชมรายการ ละคร ฯลฯ ย้อนหลัง และกิจกรรมอื่น ๆ ตามลำดับ แอปพลิเคชันในการจดบันทึกส่วนใหญ่จะเป็น Notes Application รองลงมา คือ Notepad Application, Evernote Application และ ColorNote Application ตามลำดับ ในการจดบันทึกส่วนใหญ่จะเป็นที่พักอาศัย รองลงมา คือ ที่ทำงาน บนรถส่วนตัว บนรถโดยสารสาธารณะ ห้างสรรพสินค้า และร้านอาหารหรือร้านกาแฟ และสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ ส่วนใหญ่จะจดบันทึกเกี่ยวกับเรื่องการทำงาน และเรื่องส่วนตัวเป็นหลัก รองลงมา คือ เรื่องการศึกษา และความรู้ทั่วไป ตามลำดับ รูปแบบการป้อนข้อมูลส่วนใหญ่จะเป็นการพิมพ์ (Keyboard) เป็นหลัก รองลงมา คือ การคัดลอก (Copy) การใช้เสียงพูด (Voice to text) และการใช้ปากกาอิเล็กทรอนิกส์ (Stylus) ตามลำดับ ภาษาที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นภาษาไทย รองลงมา คือ ภาษาอังกฤษ จำนวนตัวอักษรต่อครั้งที่ใช้ในการจดบันทึกส่วนใหญ่เป็นจำนวนต่ำกว่า 100 ตัวอักษร และจำนวน 101 – 300 ตัวอักษร จำนวน 301 – 600 ตัวอักษร และจำนวน 601 – 900 ตัวอักษร ตามลำดับ ความถี่ในการจดบันทึกส่วนใหญ่จะเป็นสัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง

ด้านอิทธิพลทางสังคมต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้ใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่อยู่ใน Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส ส่วนใหญ่ คือ ตนเอง ให้ความสำคัญมาก ครอบครัว ให้ความสำคัญปานกลางถึงมาก เพื่อน และสื่อโฆษณาต่าง ๆ ให้ความสำคัญปานกลาง และนักแสดง นักร้อง ฯลฯ ให้ความสำคัญน้อย สำหรับอิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ ได้แก่ รีวิว บล็อกเกอร์ (Review Blogger) เฟสบุ๊ก (Facebook) และแอปพลิเคชันไลน์ (Line Application) ให้ความสำคัญปานกลางถึงมาก

ด้านทัศนคติในการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้ใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่อยู่ใน Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส ในด้านความสะดวกในการใช้งาน ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน และสามารถจดบันทึกได้ทุกที่ ทุกเวลา ให้ความสำคัญมากถึงมากที่สุด ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน

(Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) นั้นมีความจำเป็น สามารถรักษาไว้ซึ่งข้อมูลได้ และในอนาคตข้างหน้าจะมีความสำคัญ ให้ความสำคัญมาก

4.8 สรุปข้อเสนอในงานวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า

จากตาราง 4.18 แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ของระดับการศึกษา และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .000) และมีค่า Chi-Square คือ 46.995^a ดังนั้นจึงยอมรับข้อเสนองานวิจัย

จากตาราง 4.19 แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ของอาชีพ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .000) และมีค่า Chi-Square คือ 53.828^a ดังนั้นจึงยอมรับข้อเสนองานวิจัย

ปัจจัยด้านพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) จำนวนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ราคาสินค้าของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) กิจกรรมที่ใช้ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) แอปพลิเคชัน (Application) ที่ใช้ สถานที่ หัวข้อเรื่อง รูปแบบการป้อนข้อมูล ภาษาที่ใช้ จำนวนตัวอักษรต่อครั้ง และความถี่ในการจดบันทึก ผลการวิจัยพบว่า

จากตาราง 4.22 แสดงให้เห็นว่าการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับจำนวนตัวอักษรในการจดบันทึกต่อครั้ง และความถี่ในการจดบันทึก ในแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน โดยที่ Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง ส่วนใหญ่จดบันทึกสัปดาห์ละครั้ง ในจำนวนต่ำกว่า 100 ตัวอักษร และ

Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส ส่วนใหญ่จดบันทึกสัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง ในจำนวนต่ำกว่า 100 ตัวอักษร และจำนวน 101 – 300 ตัวอักษร

ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิจัยพบว่า

จากตาราง 4.22 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภค ได้แก่ ครอบครัว และรีวิวบล็อกเกอร์ (Review Blogger) ให้ความสำคัญปานกลางถึงมาก เพื่อน สื่อโฆษณาต่าง ๆ เฟสบุ๊ก (Facebook) และแอปพลิเคชันไลน์ (Line Application) ให้ความสำคัญปานกลาง ของ Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส คิดเป็นร้อยละ 62.1 แสดงว่าปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิจัยพบว่า

จากตาราง 4.22 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภค ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน และสามารถจดบันทึกได้ทุกที่ ทุกเวลา ความจำเป็น การรักษาไว้ซึ่งข้อมูลได้ และในอนาคตข้างหน้าจะมีความสำคัญมีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้ง 2 กลุ่มใกล้เคียงกัน คือ Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 37.9 ให้ความสำคัญปานกลางถึงมาก และ Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส คิดเป็นร้อยละ 62.1 ให้ความสำคัญมากถึงมากที่สุด

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” สามารถแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย
- 5.4 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย
- 5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สรุปผลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 116 คน ทั้งเพศชายและหญิง จำนวน 58 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50 ส่วนใหญ่อยู่อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,000 บาทขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6

ส่วนที่ 2 สรุปผลด้านพฤติกรรมกรรมการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึก

ด้านพฤติกรรมกรรมการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่เป็นสมาร์ทโฟน (Smartphone) มากที่สุด จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) จำนวน 1 เครื่อง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 กลุ่มระบบปฏิบัติการที่เลือกใช้ คือ ระบบปฏิบัติการ IOS จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 กิจกรรมที่ใช้ผ่านอุปกรณ์

อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) คือ กลุ่มส่งและรับข้อความแบบโต้ตอบกันทันที (Chat) จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 แอปพลิเคชันที่ใช้ในการจดบันทึก คือ Notes Application จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 หัวข้อเรื่องในการจดบันทึก คือ เรื่องส่วนตัว จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รูปแบบการป้อนข้อมูลในการจดบันทึก คือ การพิมพ์ (Keyboard) จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1 ใช้ภาษาไทยในการจดบันทึก จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 จำนวนตัวอักษรในการจดบันทึกต่ำกว่า 100 ตัวอักษรต่อครั้ง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 และจดบันทึกสัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8

ส่วนที่ 3 สรุปผลด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก

ด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) คือ ตนเอง ให้ความสำคัญมากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 ครอบครัว ให้ความสำคัญมาก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 เพื่อน ให้ความสำคัญปานกลาง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 นักแสดง นักร้อง ฯลฯ ให้ความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 สื่อโฆษณาต่าง ๆ ให้ความสำคัญปานกลาง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) คือ รีวิวบล็อกเกอร์ (Review Blogger) ให้ความสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.6 เฟสบุ๊ก (Facebook) ให้ความสำคัญมาก จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และแอปพลิเคชันไลน์ (Line Application) ให้ความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3

ส่วนที่ 4 สรุปผลด้านทัศนคติในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก

ด้านทัศนคติในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ด้านความสะดวกในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) คือ สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ช่วยให้การงานสะดวกขึ้น ให้ความสำคัญมากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) สามารถจดบันทึกได้ทุก ๆ ที่ ให้ความสำคัญมากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) สามารถจดบันทึกได้ตลอดเวลา ให้ความสำคัญมากที่สุด จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 และด้านความสำคัญในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) คือ สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) จะมี

ความสำคัญต่อการจดบันทึกในอนาคตข้างหน้า ที่ระดับความสำคัญมาก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความจำเป็นต่อการจดบันทึกที่ให้ความสำคัญมาก จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 และสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) สามารถรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่จดบันทึกไว้ได้ ให้ความสำคัญมาก จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9

ส่วนที่ 5 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์โดยวิธี Chi Square ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ระหว่างตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ และตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)

การทดสอบความสัมพันธ์โดยวิธี Chi Square ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความแตกต่างกัน มีค่า Chi-Square คือ 46.995^a ที่ระดับนัยสำคัญ .000 ดังนั้นจึงปฏิเสธผลที่ (1) และความความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความแตกต่างกัน มีค่า Chi-Square คือ 53.828^a ที่ระดับนัยสำคัญ .000 ดังนั้นจึงปฏิเสธผลที่ (1) ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ไม่มีความแตกต่างกัน มีค่า Chi-Square คือ 4.697^a ที่ระดับนัยสำคัญ .320 ดังนั้นจึงยอมรับผลที่ (1) ความสัมพันธ์ของอายุ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ไม่มีความแตกต่างกัน มีค่า Chi-Square คือ 14.730^a ที่ระดับนัยสำคัญ .257 ดังนั้นจึงยอมรับผลข้อ 1 และความสัมพันธ์ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ไม่มีความแตกต่างกัน มีค่า Chi-Square คือ 26.608^a ที่ระดับนัยสำคัญ .540 ดังนั้นจึงยอมรับผลที่ (1)

ส่วนที่ 6 สรุปผลการวิเคราะห์ Cluster Analysis แบบ K-Means Cluster

การวิเคราะห์ Cluster Analysis แบบ K-Means Cluster สามารถแบ่ง Cluster ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง

ผู้ใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่อยู่ใน Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุ 21 - 30 ปี เป็นช่วงของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 20,000 บาท ถึง 20,001 – 25,000 บาท โดยส่วนมากกลุ่มนี้นิยมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่เป็น High Brand มีลักษณะการใช้งานสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) เน้นกิจกรรมการส่งและรับ

ข้อความแบบโต้ตอบกันทันที (Chat) ส่วนใหญ่สถานที่ในการจดบันทึกจะเป็นที่พักอาศัย บันทึกสัปดาห์ละครั้ง เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวในจำนวนต่ำกว่า 100 ตัวอักษรต่อครั้ง เน้นใช้ Notes Application การพิมพ์ (Keyboard) และใช้ภาษาไทยเป็นหลัก กลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับตนเองในระดับมากจนถึงมากที่สุด และมีทัศนคติในการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก มีความสะดวกในการใช้งาน และสามารถจดบันทึกได้ทุก ๆ ที่ ให้ความสำคัญมาก และสามารถจดบันทึกได้ตลอดเวลา ให้ความสำคัญปานกลางถึงมาก ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความจำเป็น ให้ความสำคัญปานกลาง สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) สามารถรักษาไว้ซึ่งข้อมูลได้ และในอนาคตข้างหน้าจะมีความสำคัญ ให้ความสำคัญปานกลางถึงมาก

Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส

ผู้ใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่อยู่ใน Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 21 - 30 ปี เป็นช่วงของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 20,000 บาท กลุ่มนี้นิยมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ที่เป็น High Brand แต่ก็มีบางส่วนที่ต้องการทดลองระบบใหม่ ๆ มีลักษณะการใช้งานสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ทุก ๆ กิจกรรมในชีวิตประจำวัน ในกิจกรรมการจดบันทึก ส่วนใหญ่สถานที่ในการจดบันทึกจะเป็นที่พักอาศัย บันทึกสัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง เกี่ยวกับเรื่องการทำงาน และเรื่องส่วนตัวในจำนวนต่ำกว่า 100 ตัวอักษร และจำนวน 101 – 300 ตัวอักษรต่อครั้ง เน้นการพิมพ์ (Keyboard) และใช้ภาษาไทยเป็นหลัก กลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับอิทธิพลจากสิ่งรอบข้างในระดับความสำคัญที่สูงกว่ากลุ่มที่ 1 คือ ครอบครัว ให้ความสำคัญปานกลางจนถึงมากที่สุด และมีทัศนคติในการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก มีความสะดวกในการใช้งาน และสามารถจดบันทึกได้ทุก ๆ ที่ ทุกเวลา ให้ความสำคัญมากถึงมากที่สุด ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความจำเป็น ให้ความสำคัญปานกลาง สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) สามารถรักษาไว้ซึ่งข้อมูลได้ และในอนาคตข้างหน้าจะมีความสำคัญ ให้ความสำคัญปานกลางถึงมาก

ส่วนที่ 7 สรุปข้อเสนอในงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง มีข้อเสนอในงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีข้อเสนอในงานวิจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ ความสัมพันธ์ของระดับการศึกษา และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .000) และมีค่า Chi-Square คือ 46.995^a ดังนั้นจึงยอมรับข้อเสนอในงานวิจัย และความสัมพันธ์ของอาชีพ และความถี่ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .000) และมีค่า Chi-Square คือ 53.828^a ดังนั้นจึงยอมรับข้อเสนอในงานวิจัย

พฤติกรรมของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ จำนวนตัวอักษรในการจดบันทึกต่อครั้ง และความถี่ในการจดบันทึก ในแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน โดยที่ Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง ส่วนใหญ่จดบันทึกสัปดาห์ละครั้ง ในจำนวนต่ำกว่า 100 ตัวอักษร และ Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส ส่วนใหญ่จดบันทึกสัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง ในจำนวนต่ำกว่า 100 ตัวอักษร และจำนวน 101 – 300 ตัวอักษร

ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภค Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1 ได้แก่ ครอบครัว และรีวิวบล็อกเกอร์ (Review Blogger) ให้ความสำคัญปานกลางถึงมาก เพื่อน สื่อโฆษณาต่าง ๆ เฟสบุ๊ก (Facebook) และแอปพลิเคชันไลน์ (Line Application) ให้ความสำคัญปานกลาง มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภค ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน และสามารถจดบันทึกได้ทุกที่ ทุกเวลา ความจำเป็น การรักษาไว้ซึ่งข้อมูลได้ และในอนาคตข้างหน้าจะมีความสำคัญ มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้ง 2 กลุ่มใกล้เคียงกัน โดยที่ Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 37.9 ให้ความสำคัญปานกลางถึงมาก และ Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส คิดเป็นร้อยละ 62.1 ให้ความสำคัญมากถึงมากที่สุด

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

จากผลการศึกษาทำให้ทราบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้บริโภค ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ บุญยัง, วงศ์ธีรา สุวรรณฉิน และบุญเรือง ศรีเหรียญ (2558) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ และด้านรายได้ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างไรก็ตาม ไม่มีความสอดคล้องในส่วนของการระดับการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชฐนัญ สานติมงคลวิทย์ และดร.ณกมล จันทรสม (2557) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่ ได้แก่ เพศ และรายได้ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างไรก็ตาม ไม่มีความสอดคล้องในส่วนของการระดับการศึกษา และอาชีพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ต อาจเป็นเพราะว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกัน ทั้งเพศชายและเพศหญิง ช่วงอายุ 21 – 30 ปี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 35,000 บาทขึ้นไป มีการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกในลักษณะเดียวกัน ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้จัดอยู่ในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว (2558) ที่กล่าวไว้ว่า คนเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) คือผู้ที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2523 – พ.ศ. 2538 โดยคนกลุ่มนี้เกิดมาในยุคดิจิทัลที่เต็มไปด้วยการสื่อสารผ่านอีเมล เทคโนโลยีบนมือถือ อินเทอร์เน็ต และสื่อออนไลน์เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook), สไกป์ (Skype), เฟซไทม์ (Facetime), ทวิตเตอร์ (Twitter) และอื่น ๆ อีกมาก *ยกเว้น ระดับการศึกษา และอาชีพ* ที่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ทำให้ทราบว่าทั้ง 2 Cluster มีพฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟนเป็นหลัก จำนวน 1 เครื่องต่อคน นิยมใช้ระบบปฏิบัติการ IOS และระบบปฏิบัติการ Android ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ บุญยัง, วงศ์ธีรา สุวรรณฉิน และบุญเรือง ศรีเหรียญ (2558) ที่กล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ระบบปฏิบัติการ IOS และระบบปฏิบัติการ Android อยู่ในระดับมากที่สุด กิจกรรมที่ใช้งานผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ส่วนใหญ่เป็นส่งและรับข้อความแบบโต้ตอบกันทันที (Chat) ถ่ายรูปหรือวิดีโอ ติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ จดบันทึกเล่นเกม รับหรือส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ email) เล่นโซเชียลเน็ตเวิร์ค

(Social Network) ชมรายการ ละคร ฯลฯ ย้อนหลัง และอื่น ๆ ตามลำดับ ซึ่งมีความไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชนา สุวรรณแสน, วิวรรณ กาญจนวชิ และกนกภรณ์ อ่วมพราหมณ์ (2557) ที่กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการใช้งาน ใช้เพื่อติดต่อสื่อสาร เล่นเกม ดูหนัง ฟังเพลง และ Chat on line ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ดียิ่งขึ้น ทำให้พฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ในส่วนของพฤติกรรมการจดบันทึกของทั้ง 2 Cluster มีพฤติกรรมการเลือกใช้ออปพลิเคชัน (Application) ที่ใช้ในการจดบันทึกใกล้เคียงกัน ซึ่งส่วนใหญ่เลือกใช้ Notes Application มากที่สุด แต่ทว่า ยังมีคนส่วนน้อยที่เลือกใช้ออปพลิเคชัน (Application) นอกเหนือจาก Notes Application ในการจดบันทึก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าอปพลิเคชัน (Application) ในการจดบันทึกอื่น ๆ ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย หรือไม่ได้มีการสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบถึงอปพลิเคชัน (Application) ในการจดบันทึกแบบใหม่ ๆ เช่น Evernote Application, Ultimate Notepad Application และ ColorNote Application เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้ Notes Application ในการจดบันทึก ซึ่งเป็นอปพลิเคชัน (Application) ที่ติดมากับสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) อยู่แล้ว รูปแบบการป้อนข้อมูลในการจดบันทึกส่วนใหญ่เป็นการพิมพ์ (Keyboard) มากที่สุด ซึ่งแม้ว่าผู้พัฒนาจะพัฒนาเทคโนโลยีที่มาช่วยสนับสนุนการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้เสียงพูด (Voice to text) หรือการใช้ปากกาอิเล็กทรอนิกส์ (Stylus) แต่ทว่าคนส่วนใหญ่ก็ยังคงนิยมใช้การพิมพ์ (Keyboard) เป็นหลักอยู่ดี ซึ่งจะเห็นได้จากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นเพศชาย หรือเพศหญิง ไม่ว่าจะเป็น Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตนเอง หรือ Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส ก็ล้วนแล้วแต่ที่จะเลือกรูปแบบการป้อนข้อมูลโดยการพิมพ์ (Keyboard)

ในด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ จำนวนตัวอักษรในการจดบันทึกต่อครั้ง และความถี่ในการจดบันทึก ซึ่งในแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน โดยที่ Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง ส่วนใหญ่จดบันทึกสัปดาห์ละครั้ง ในจำนวนต่ำกว่า 100 ตัวอักษร และ Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส ส่วนใหญ่จดบันทึกสัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง ในจำนวนต่ำกว่า 100 – 300 ตัวอักษร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนที่ต่ำกว่า 100 – 300 ตัวอักษรของแต่ละกลุ่ม Cluster เปรียบเสมือนการจดบันทึกข้อความสั้น ๆ เช่น บันทึกเพื่อเตือนความจำ บันทึกเรื่องเร่งด่วน บันทึกเวลานัดหมายต่าง ๆ เป็นต้น ทำให้การที่จะจดบันทึกลงในกระดาษ อาจจะเป็นการสิ้นเปลืองกระดาษ และยังมีโอกาสสูญหายได้ง่ายขึ้นอีกด้วย ซึ่ง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Maram S.Al-Zaidi, Mike Joy และ Jane Sinclair (2016) ที่กล่าวไว้ว่า การจดบันทึกในข้อความสั้น ๆ จำนวน 140 ตัวอักษร จะนำไปสู่ประสบการณ์การเรียนรู้ในเชิงบวก

จากผลการศึกษาทำให้ทราบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของ Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแสให้ความสำคัญปานกลางถึงมากกับครอบครัว และรีวิวล็อกเกอร์ (Review Blogger) ให้ความสำคัญปานกลางกับเพื่อน สื่อโฆษณาต่าง ๆ เฟสบุ๊ก (Facebook) และแอปพลิเคชันไลน์ (Line Application) ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของ Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส อาจขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) ของ Venkatesh, Davis and Morris (2003) ที่กล่าวไว้ว่า อิทธิพลจากสังคม (Social Influence) คือ ระดับการเข้าใจของแต่ละบุคคลถึงความสำคัญที่จะเชื่อว่าควรใช้ระบบใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน ในปัจจัยทางพฤติกรรมที่ 1 Subjective Norm คือ ความเข้าใจของบุคคลกับพฤติกรรมแสดงออกของผู้มีอิทธิพลที่มีต่อตนเอง (TRA Model) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหากผู้ที่มีอิทธิพลต่อ Cluster 2 มีพฤติกรรมเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก อาจจะทำให้ Cluster 2 เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้มีอิทธิพลที่แสดงออกมา และส่งผลให้ Cluster 2 เกิดความเชื่อที่ว่า พวกเขาควรเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกด้วย แต่ทว่าสำหรับ Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง ที่ให้ความสำคัญกับตนเองมากที่สุด ทำให้ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของ Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกของ Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง อาจขึ้นอยู่กับความเชื่อของตนเอง ในการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) จะช่วยทำให้เกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) ของ Venkatesh, Davis and Morris (2003) ที่กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังต่อการปฏิบัติงาน (Performance Expectancy) คือ ระดับความเชื่อของบุคคลว่าการใช้ระบบจะทำให้ประสบผลสำเร็จในการปฏิบัติงาน ในปัจจัยที่ 1 Perceived Usefulness คือ ระดับความเชื่อด้านประโยชน์ของผู้ใช้ ว่าการใช้ระบบจะช่วยเพิ่มให้ผลของการปฏิบัติงานดีขึ้น (TAM Model) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระดับความเชื่อของ Cluster 1 ในการเลือกใช้

สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก อาจจะช่วยลดการใช้กระดาษลงได้

จากผลการศึกษาทำให้ทราบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน และสามารถจดบันทึกได้ทุกที่ ทุกเวลา มีความจำเป็น การรักษาไว้ซึ่งข้อมูลได้ และในอนาคตข้างหน้าจะมีความสำคัญ ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มมีความใกล้เคียงกัน โดยที่ Cluster 1: Self-Confident User กลุ่มเชื่อมั่นในตัวเอง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 ให้ความสำคัญปานกลางถึงมาก และ Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1 ให้ความสำคัญมากถึงมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้มีการปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สามารถเข้าใจในเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้น ซึ่งทัศนคติของทั้ง 2 กลุ่มนี้มองว่าการจดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) เป็นสิ่งที่จำเป็น มีความสะดวกในการใช้งาน สามารถจดบันทึกข้อมูลได้ทุกที่ ทุกเวลา สามารถรักษาข้อมูลได้ และในอนาคตข้างหน้าจะมีความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) ของ Venkatesh, Davis and Morris (2003) ที่กล่าวไว้ว่า สภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในระบบ (Facilitating Condition) คือ ระดับความเชื่อของบุคคลว่าสิ่งอำนวยความสะดวก/อุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่มีอยู่มีส่วนช่วยสนับสนุนต่อการใช้ระบบ ในปัจจัยที่ 2 Facilitating Conditions คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ด้านสภาพแวดล้อมเพื่อสร้างความง่ายในการปฏิบัติงานรวมถึงการจัดเตรียมระบบการสนับสนุนด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (MPCU Model) และปัจจัยที่ 3 Compatibility คือ ระดับของการเข้าใจระบบงานว่ามีความถูกต้องเป็นสิ่งจำเป็น และเป็นการปรับปรุงที่มีศักยภาพ (IDT Model) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทัศนคติของทั้ง 2 Cluster อาจมีระดับความเชื่อที่ว่าสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการจดบันทึก และยังสร้างความง่ายในการจดบันทึก รวมทั้งอาจมีระดับความเข้าใจในการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึก ว่ามีความถูกต้องเป็นสิ่งจำเป็น และเป็นการปรับปรุงเพื่อลดการใช้กระดาษที่มีศักยภาพ

จากผลการศึกษาความคิดเห็นในการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) เพื่อลดการใช้กระดาษของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำให้ทราบว่า ส่วนใหญ่เห็นด้วย จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 92.2 และไม่เห็นด้วย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 โดยให้เหตุผลในการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) เพื่อลดการใช้กระดาษ ทำให้การใช้งานสะดวก ได้แก่ สะดวกต่อการพกพา การบันทึก การจัดเก็บ การค้นหา การแก้ไข และการแบ่งปัน

ข้อมูล มีความรวดเร็ว ได้แก่ รวดเร็วต่อการจัดเก็บ และการแบ่งปันข้อมูล สามารถถ่ายรูปหรือวิดีโอที่ช่วยจดบันทึกได้เช่นกัน สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้ รวมทั้งในอนาคตสมาร์ตโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) จะเป็นอุปกรณ์ที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในการลดการใช้กระดาษเพื่อลดปริมาณขยะลงได้ และยังสามารถอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้มากขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับคู่มือการลดใช้ปริมาณกระดาษของกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ (2557) ที่กล่าวไว้ว่า ใช้ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้กระดาษ ส่งหนังสือ เผยแพร่ข้อมูล ความรู้อื่น ๆ โดยส่งข้อมูลผ่านทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับบทความทางวิชาการของ Pam A. Mueller (2014) ที่กล่าวไว้ว่า มันเป็นการยากที่บุคคลจะกลับไปใช้ปากกาและกระดาษ เพราะการพัฒนาของเทคโนโลยีใหม่ ๆ กำลังมาเป็นจำนวนมากขึ้น เช่น Live scribe และปากกาอิเล็กทรอนิกส์ (Stylus) และเทคโนโลยีต่าง ๆ ของแท็บเล็ต (Tablet) จะเริ่มดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังคงคิดว่าคนรุ่นใหม่จะสามารถใช้เทคโนโลยีได้ง่ายขึ้นในอนาคตข้างหน้าอีกด้วย แต่ทว่าอีกร้อยละ 7.8 ไม่เห็นด้วยกับการเลือกใช้สมาร์ตโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) เพื่อลดการใช้กระดาษ และมองว่าควรใช้กระดาษมากกว่าสมาร์ตโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) โดยให้เหตุผลว่าการจดบันทึกผ่านสมาร์ตโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ใช้งานยากกว่าการเขียนลงบนกระดาษโดยตรง และข้อมูลที่บันทึกไว้อาจสูญหายทั้งหมด รวมทั้งการเขียนลงบนกระดาษทำให้เกิดการจดจำได้ดีกว่าอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pam A. Mueller and Daniel M. Oppenheimer (2014) ที่กล่าวไว้ว่า บุคคลที่จดบันทึกด้วยการเขียนด้วยมือจะจดจำได้ดีกว่าการพิมพ์ (Keyboard)

5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย

1. คำถามในแบบสอบถามบางคำถามยังมีความกำกวม เนื่องจากไม่ได้นำส่วนประสมทางการตลาดมาประกอบการตั้งคำถาม ทำให้ข้อมูลที่ได้ไม่ครบถ้วน
2. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะไม่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้เกิดความยากลำบากต่อการทำวิจัย
3. ส่วนใหญ่จะให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบทางออนไลน์ จึงทำให้ไม่สามารถที่จะซักถามข้อมูลได้โดยตรง หากมีประเด็นในบางจุด

5.4 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า Cluster 2: Trend User กลุ่มอิงตามกระแส มีจำนวน 72 คน โดยคนกลุ่มนี้จดบันทึกผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในจำนวนต่ำกว่า 100 – 300 ตัวอักษร และจดบันทึกสัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง ซึ่งมากกว่า Cluster 1: Self-Confident กลุ่มเชื่อมั่นในตนเอง แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มของคนจะเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการจดบันทึกมากขึ้น ดังนั้นภาครัฐควรส่งเสริมเทคโนโลยีในการเรียนรู้เพื่อลดการใช้กระดาษ

2. ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 57 คน มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) จำนวน 1 เครื่อง และจำนวน 59 คน มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ตั้งแต่ 2 เครื่องขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีอย่างแพร่หลายเป็นอย่างมาก ดังนั้นเพื่อสนับสนุนการรักษาธรรมชาติประกอบกับการใช้เทคโนโลยี ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาเครื่องมือ อุปกรณ์ แอปพลิเคชัน (Application) ต่าง ๆ หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น การปรับปรุงการเก็บรักษาข้อมูลที่จดบันทึกผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Device) ให้มีการ Back up ข้อมูลที่ปลอดภัยมากยิ่งขึ้น เพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันในการช่วยลดการใช้กระดาษต่อไป

3. ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้ Notes Application ในการจดบันทึก และมีบางส่วนที่เลือกใช้แอปพลิเคชัน (Application) อื่น ๆ ในการจดบันทึก เช่น Evernote และ ColorNote เป็นต้น แม้ว่าผู้พัฒนาจะพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) ให้มีความสะดวกสบายในการใช้งานมากยิ่งขึ้น แต่หากไม่ได้มีเผยแพร่ให้ผู้บริโภคทราบ ผู้บริโภคก็จะได้ไม่นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างแพร่หลาย ดังนั้นผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) ควรมีการสื่อสารผ่านสื่อที่เป็นโซเชียล เน็ตเวิร์ค (Social Network) ให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงแอปพลิเคชัน (Application) ใหม่ ๆ

5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

1. เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้เป็นเชิงปริมาณ และมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่น้อยเกินไป จึงทำให้ผลการวิจัยไม่มีความหลากหลาย และไม่สามารถลงไปในรายละเอียดได้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการวิจัยแบบผสม คือ มีทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ และควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้น และมากขึ้น

2. เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้นี้ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในประเทศไทย ทำให้พบว่ามีประเด็นอีกมากมายที่ควรต่อ ยอดองค์ความรู้ในการศึกษาครั้งต่อไป เช่น ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยีในการจดบันทึก เพื่อลดการใช้กระดาษ



บรรณานุกรม

- International Data Corporation. (2559). IDC เผยยอดขายสมาร์ทโฟนโลกปี 2015 รวมสูงถึง 1.43 พันล้านเครื่อง! พบ Samsung ครองแชมป์เหนียวแน่นด้วยยอดสูงสุด 324.8 ล้านเครื่อง ด้าน Huawei เติบโตสูงสุดด้วยยอดขายที่เพิ่มขึ้น 44.3% [Online], เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaimobilecenter.com/news-2559/worldwide-smartphone-shipments-in-2015.asp>
- Digital Advertising Association (Thailand). (2558). DAAT เผยตัวเลขผู้ใช้โทรศัพท์มือถือทั่วไทย ของไตรมาส 1 ปี 2558 [Online], เข้าถึงได้จาก: <http://www.daat.in.th/index.php/daat-mobile-2015/>
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2556). ไทยใช้'สมาร์ทโฟน-แท็บเล็ต' พุ่ง3เท่า [Online], เข้าถึงได้จาก: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/524515#>
- เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. เทคโนโลยีสารสนเทศคืออะไร [Online], เข้าถึงได้จาก: <https://jamesjames1234.wordpress.com/%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B9%82%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B8%B5%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0/>
- ว่าที่ ร.ต.ทวีศักดิ์ รัตนคม. (2546). เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ [Online], เข้าถึงได้จาก: https://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=0ahUKEwjEpJ3V65rPAhXDnJQKHd9-AN0QFgg4MAQ&url=http%3A%2F%2Fced.kmutnb.ac.th%2Fwfs%2Fmicropro%2Fslide%2Fchapter2.ppt&usg=AFQjCNFGtyEyThK150g3nZv8uC_ie_0IHw&sig2=kk_bSeEGzS0vRfWKJ-tJqg&bvm=bv.133178914,d.dGo&cad=rja
- คอมพิวเตอร์พื้นฐาน. (2556). แอปพลิเคชันคืออะไร [Online], เข้าถึงได้จาก: http://thaieasy-it.blogspot.com/2013/06/blog-post_12.html
- อธิปลักษณ์ โชติชนประสิทธิ์. (2557). สมาร์ทโฟนคืออะไร แท็บเล็ต-แพ็บเล็ตต่างกันอย่างไร [Online], เข้าถึงได้จาก: <http://news.siamphone.com/news-14121.html>

บรรณานุกรม (ต่อ)

พจนานุกรมคำศัพท์คอมพิวเตอร์. Stylus [Online], เข้าถึงได้จาก:

<http://dictionary.sanook.com/search/dict-computer/stylus>

กานดา รุณนะพงศา สายแก้ว. (2557). โขเขียนมีเดียหมายถึง [Online], เข้าถึงได้จาก:

<https://www.gotoknow.org/posts/567331%5B2>

microBrand. (2556). Social Network คืออะไร ใช้งานอย่างไร [Online], เข้าถึงได้จาก:

<http://www.microbrand.co/social-network->

[%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3-](http://www.microbrand.co/social-network-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3-)

[%E0%B9%83%E0%B8%8A%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%84%E0%B8%A3/](http://www.microbrand.co/social-network-%E0%B9%83%E0%B8%8A%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%84%E0%B8%A3/)

Kotler, Philip. (1997). Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control. P.172. 9th ed. New Jersey: A Simon & Schuster Company.

ณัฐชนันท์ สานติมงคลวิทย์ และดร.ณกมล จันทร์สม. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ การศึกษาค้นคว้าอิสระมหาวิทยาลัยรังสิต

วิไลลักษณ์ บุญยัง วงศ์ธีรา สุวรรณิน และบุญเรือง ศรีเหรียญ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

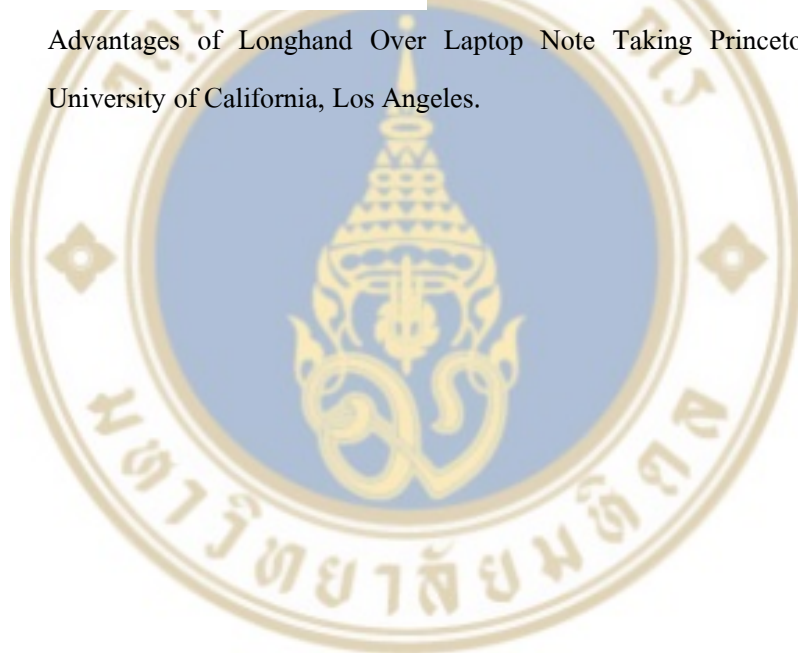
พัชณา สุวรรณแสน วิวรรณ กาญจนวจิ และกนกภรณ์ อ่วมพราหมณ์. (2557). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิษณุ เหลืองล่อ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ อัจฉราพรรณ ลิพพันธ์. (2558). พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Smart Phone ของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ธีรวิวี พรพิชยานุรักษ์ และดร.ศศิธร จันทพันธ์. (2557). การตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนเป็นโทรศัพท์เครื่องที่สองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ การศึกษาค้นคว้าอิสระมหาวิทยาลัยรังสิต

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว. (2558). การยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ (SNS) ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (GEN Y) วารสารสุทธิปริทัศน์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- Maram S.Al-Zaidi, Mike Joy และ Jane Sinclair. (2016). Micro Note-Taking on Smartphone: The Learner Experience Department of Computer Science University of Warwick Coventry, UK.
- กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ. (2557). คู่มือการลดใช้ปริมาณกระดาษ [Online], เข้าถึงได้จาก: http://www.rlpd.go.th/rlpdnew/images/rlpd_8/kumae/paper.pdf
- Pam A. Mueller and Daniel M. Oppenheimer. (2014). The Pen Is Mightier Than the Keyboard Advantages of Longhand Over Laptop Note Taking Princeton University and University of California, Los Angeles.





ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) และแท็บเล็ต (Tablet) ในการจัดบันทึกของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) เพื่อลดการใช้กระดาษ ในการจัดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้งานระหว่างสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) เพื่อลดการใช้กระดาษ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ
ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตในการจัดบันทึก จำนวน 11 ข้อ
ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการใช้สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตในการจัดบันทึก จำนวน 2 ข้อ
ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านทัศนคติในการใช้สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตในการจัดบันทึก จำนวน 6 ข้อ
ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษ
2. กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน
3. กรุณาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษในส่วนที่ 5

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับสถานภาพของท่าน (ตอบเพียง 1 ช่องในแต่ละข้อ)

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี 21 – 30 ปี
 31 – 40 ปี 41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

มัธยมศึกษา / ต่ำกว่า ปริญญาตรี
ปริญญาโท ปริญญาเอก

4. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา พนักงานบริษัท
 รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ รับจ้าง / ธุรกิจส่วนตัว
 พ่อบ้าน / แม่บ้าน อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท
 10,001 – 15,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท
 20,001 – 25,000 บาท 25,001 – 30,000 บาท
 30,001 – 35,000 บาท 35,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตในการจดบันทึก

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับท่าน

1. ท่านใช้เทคโนโลยีประเภทใด

Tablet Smartphone ทั้ง 2 ประเภท

2. ท่านมีสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ทั้งหมดกี่เครื่อง

1 เครื่อง 2 เครื่อง มากกว่า 2 เครื่องขึ้นไป

3. ท่านใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต ระบบปฏิบัติการอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

IOS Android Window Phone

4. ท่านใช้สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตในการทำกิจกรรมใดบ้างในชีวิตประจำวัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- Chat ติดต่อผ่านโทรศัพท์ ชมรายการ ละคร ฯลฯ ย้อนหลัง
- เล่นเกม Check Mail เล่นSocial Network
- ถ่ายรูป/วิดีโอ Take note อื่น ๆ โปรดระบุ.....
5. ท่านใช้ Application ใดในการจดบันทึก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- Notes Notepad Evernote
- Ultimate Notepad ColorNote อื่น ๆ โปรดระบุ.....
6. ท่านใช้สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตในการจดบันทึกสถานที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ที่ทำงาน บนรถส่วนตัว รถโดยสารสาธารณะ
- ที่พักอาศัย ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร / ร้านกาแฟ
- สถานที่ท่องเที่ยว อื่น ๆ โปรดระบุ.....
7. ท่านใช้สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตในการจดบันทึกเกี่ยวกับอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- การศึกษา การทำงาน เรื่องส่วนตัว
- ความรู้ทั่วไป อื่น ๆ โปรดระบุ.....
8. รูปแบบการป้อนข้อมูลในการจดบันทึกท่านใช้รูปแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- การพิมพ์ การใช้เสียงพูด ปากกาอิเล็กทรอนิกส์ (Stylus)
- การคัดลอก
9. ท่านใช้ภาษาอะไรเป็นหลักในการจดบันทึก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ไทย อังกฤษ อื่น ๆ โปรดระบุ.....
10. จำนวนตัวอักษรที่ท่านจดบันทึกต่อครั้งเป็นเท่าใด
- น้อยกว่า 100 ตัว 101 – 300 ตัว 301 – 600 ตัว
- 601 – 900 ตัว 901 ตัวขึ้นไป
11. ความถี่ในการจดบันทึก
- ทุกวัน สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
- เดือนละ 1 ครั้ง นาน ๆ ครั้ง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการใช้สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ในการจดบันทึก
 คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เหมาะสมหากปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลทางสังคมที่มี
 ผลต่อการใช้สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตของท่านมากน้อยเพียงใด โดย 5 หมายถึง มีอิทธิพลมากที่สุด
 และ 1 หมายถึง ไม่มีอิทธิพล

ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการใช้ สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ของท่าน <ul style="list-style-type: none"> ▪ ตนเอง ▪ ครอบครัว ▪ เพื่อน ▪ นักแสดง นักร้อง ฯลฯ ▪ สื่อโฆษณาต่าง ๆ 					
2. อิทธิพลจาก Social Media ต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ของท่าน <ul style="list-style-type: none"> ▪ Review Blogger ▪ Facebook ▪ Line 					

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านทัศนคติในการใช้สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ในการจดบันทึก

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เหมาะสมหากปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อทัศนคติในการใช้สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตของท่านมากน้อยเพียงใด โดย 5 หมายถึง มีผลมากที่สุด และ 1 หมายถึงไม่มีผล

ความพึงพอใจในการใช้ สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<p>ด้านความสะดวกในการใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต</p> <p>1. ท่านคิดว่าสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ช่วยให้ท่านทำงานได้สะดวกขึ้น</p> <p>2. ท่านคิดว่าสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ช่วยให้ท่านสามารถจดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา</p> <p>3. ท่านคิดว่าสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ช่วยให้ท่านสามารถจดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ได้ทุกที่</p>					
<p>ด้านความสำคัญในการใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต</p> <p>4. ท่านคิดว่าสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต มีความจำเป็นต่อการจดบันทึก</p> <p>5. ท่านคิดว่าสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต สามารถรักษาข้อมูลที่ท่านจดบันทึกไว้ได้</p> <p>6. ท่านคิดว่าการจดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ บนสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต มีความสำคัญ</p>					

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษ

1. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ในการใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ในการลดการใช้กระดาษ

เห็นด้วย เพราะ.....

ไม่เห็นด้วย เพราะ.....