



รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- เกษม กิตติอัชฌากุล. บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบสื่อสารทางโทรสารศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการโทรสารสาธารณะระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- จุมพล รอดคำดี. รองศาสตราจารย์ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2534.
- เจาะลึกคำเดียว. กรุงเทพธุรกิจ 983 (22 กุมภาพันธ์ 2534) : 3-5.
- เดช กระจำพันธ์. ผู้ช่วยส่วนบริการโทรศัพท์นครหลวง องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย.
สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2534.
- ธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัย. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. เอกสารประกอบ
การสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง สื่อสารโทรคมนาคมไทยในทศวรรษหน้า. ณ
โรงแรมแชงการ์ริลา กรุงเทพมหานคร, 25 พฤศจิกายน 2533.
- บรรณพจน์ ดามาพงศ์. ผู้จัดการบริษัท ชินวัตรคอมพิวเตอร์. สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2534.
- ปทุมพร สิริรังคมานนท์. การนำนวัตกรรมทางการสื่อสารเข้าสู่การธุรกิจศึกษาเฉพาะกรณี
โทรศัพท์เคลื่อนที่. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2532.
- เปิดได้โฟนลิงค์ใช้กลยุทธ์ตีหน้าด่านกว่าลูกค้าตัดหน้าแพ็คลิงค์. ผู้จัดการ 223 (14-17
มีนาคม 2534) : 7.
- พูลิพงษ์ ธรรมวิชัย. ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกการขายบริษัท ฮัทชีสัน เทเลคอมมิวนิเคชั่น
(ประเทศไทย) จำกัด. สัมภาษณ์, 19 มีนาคม 2534.
- แพ็คลิงค์ทั่วโลก. ไทยรัฐ (21 มีนาคม 2534) : 24.
- วรศักดิ์ วรภมร. กรรมการผู้จัดการบริษัท แบซิค เทเลซิส เอ็นจิเนียริง จำกัด. สัมภาษณ์,
16 เมษายน 2534.

วีระชัย ราบรื่น. ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์บริษัท ดิจิตอล เพจจิ้ง เซอร์วิส จำกัด.

สัมภาษณ์, 17 เมษายน 2534.

ศิริพงษ์ อุณหพันธ์. ผู้จัดการทั่วไปบริษัท โฟนพ้อยด์ (ประเทศไทย) จำกัด. สัมภาษณ์,

28 มีนาคม 2534.

เศรษฐพร คุณศรีพิทักษ์. รองอธิบดีกรมไปรษณีย์โทรเลข. สัมภาษณ์, 19 เมษายน

2534.

สมควร กวียะ. รองศาสตราจารย์ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และ

สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2534.

สุโขทัยธรรมาธิราช, มหาวิทยาลัย. สาขาวิชาศิลปศาสตร์. เอกสารการสอนชุดวิชา

การสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : ฝ่ายการพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,

2532.

____. เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร :

ฝ่ายการพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531.

สุนี นรไกร. งานสื่อสารทางการตลาดของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ศึกษาเฉพาะกรณี

บริการโทรสารผ่านชุมสายโทรศัพท์ทั้งในและระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525.

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารงานนวัตกรรม. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

อรนุช คล่อง เขิงศร. หน้าที่ของโทรศัพท์ต่อชีวิตครอบครัวที่อยู่ในเมือง. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

Kokusai Denshin Denwa. Round-The-Clock Information Province.

Draft Report to ITU. Seminar, 1979.

Lazarsfeld, P.F., and Menzel, H. Mass Media and Personal Influence.

In Wilbur Schramm (ed.), The Science of Human Communication.

New York : Basic Books, 1963.

Learner, D. The Passing of Traditional Society. New York: The Free

Press, 1958.

Neurath, P. cited in Roger, E.M. and Shoemaker, F.F. Communication

of Innovation : Across-Cultural Approach. New York: The

Free Press, 1971.

Rogers, E.M., and Meynen, W.L. Communciation Source for 2.4-d

Weed Spray among Colombian Peasant, Rural Social, 30,

cited by Gardner Linzey and Elleot Aronson, The Handbook

of Social Psychology. Massachusettes: Addison-Wisley

Publishing Company, 1969.

_____, and Shoemaker, F.F. Communication of Innovations. 2nd

ed. New York: The Free Press, 1971.

_____, and Svenning. L. Modernization among Peasants : The

Impact of Communication. New York : Holt Rinehart and

Winsion Inc., 1961.

Wright, C.R. The Nature and Function of Mass Communication.

2nd ed. New York : Random Mouse, 1975.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม : สำหรับผู้ใช้วิทยุติดตามตัว

กรุณา ✓ หน้าคำตอบที่ท่านต้องการหรือตอบคำถามในช่องว่าง

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ.....ปี

3. สถานภาพ

1. โสด

2. สมรส

3. หย่า, หม้าย, แยกกันอยู่

4. การศึกษา

1. ต่ำกว่า ป.4

2. ป.4-ป.6

3. ม.1-ม.3

4. ม.4-ม.6 หรือเทียบเท่า

5. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

6. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

7. สูงกว่าปริญญาตรี

8. อื่น ๆ (ระบุ).....

5. อาชีพ

1. รับจ้าง (พนักงานบริษัทเอกชน)

2. รับราชการ, รัฐวิสาหกิจ

3. ค้าขาย, นักธุรกิจ, กิจการส่วนตัว

4. แพทย์, พยาบาล

5. อาชีพอิสระ (เช่น นายหน้าขายที่ดิน, ตัวแทนขายประกัน ฯลฯ)

6. อื่น ๆ (ระบุ).....

6. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|----------------------|------------------------|
| 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท | 5. 50,000-100,000 บาท |
| 2. 5,000-10,000 บาท | 6. 100,000-200,000 บาท |
| 3. 10,000-20,000 บาท | 7. มากกว่า 200,000 บาท |
| 4. 20,000-50,000 บาท | |

7. ท่านมีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับใด

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| 1. พนักงานทั่วไป | 2. ผู้บริหารระดับกลาง |
| 3. ผู้บริหารระดับสูง | 4. เจ้าของกิจการ |
| 5. อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

8. ท่านใช้ชีวิตติดตามตัวหรือไม่

- | | |
|--------|-----------|
| 1. ใช่ | 2. ไม่ใช่ |
|--------|-----------|

9. เหตุผลในการตัดสินใจใช้ชีวิตติดตามตัว.....

10. ท่านใช้ชีวิตติดตามตัวที่ใด

- | | |
|--------------------|-----------------------|
| 1. แพลตฟอร์ม | 2. โพลลิ่งค์ |
| 3. คิวชิลัน เพจโฟน | 4. อื่น ๆ (ระบุ)..... |

11. เพราะเหตุใดท่านจึงใช้ยี่ห้อนี้.....

12. ท่านใช้ชีวิตติดตามตัวยี่ห้อนี้มานานเพียงใด

- | | |
|-----------------|--------------|
| 1. 1-3 เดือน | 2. 4-6 เดือน |
| 3. 6-12 เดือน | 4. 1-2 ปี |
| 5. มากกว่า 2 ปี | |

13. วิทยุติดตามตัวที่ท่านใช้อยู่มีปัญหาหรือไม่

1. มี คือ.....
.....
2. ไม่มี

14. ท่านคิดว่าวิทยุติดตามตัวที่ท่านใช้อยู่ มีคุณภาพที่เพียงพอหรือไม่

1. เพียงพอ
2. ไม่เพียงพอ อยากให้มี.....

15. ท่านคิดว่าท่านจะใช้วิทยุติดตามตัวยี่ห้อนี้ต่อไปอีกหรือไม่

1. ใช่เพราะ.....
2. ไม่ใช่เพราะ.....
อยากเปลี่ยนเป็นยี่ห้อ.....เพราะ.....

16. ก่อนหน้านี้ท่านใช้วิทยุติดตามตัวยี่ห้อนี้ ท่านเคยใช้ยี่ห้ออื่นหรือไม่

1. เคย ยี่ห้อ
2. ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 18)

17. เหตุผลในการตัดสินใจเปลี่ยนยี่ห้อ.....

18. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับวิทยุติดตามตัวจากสื่อใดบ้าง

.....

19. ท่านคิดว่าสื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัวของท่านหรือไม่

1. มี คือ สื่อ.....
2. ไม่มี

20. มีใครแนะนำให้ท่านใช้วิทยุติดตามตัวหรือไม่

1. มี คือ.....
2. ไม่มี

21. ก่อนตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว ท่านได้ทดลองใช้ก่อนหรือไม่

- 1. ทดลอง
- 2. ไม่ทดลอง

22. ท่านคิดว่า การทดลองใช้วิทยุติดตามตัวก่อน เป็นสิ่งจำเป็นหรือไม่

- 1. จำเป็น เพราะ.....
- 2. ไม่จำเป็น เพราะ.....

23. ท่านคิดว่า คุณสมบัติเหล่านี้มีอิทธิพลต่อากรตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัวของท่านมากน้อยเพียงใด

มาก ค่อนข้างมาก ปานกลาง ค่อนข้างน้อย น้อย

- 1. ความสะดวกในการพกพา
- 2. ความรวดเร็วในการสื่อสาร
- 3. ความสามารถในการติดต่อได้ทั่วประเทศ
- 4. ความสะดวกในการติดต่อได้อย่างชัดเจน
- 5. ราคาถูก
- 6. มีข้อความสื่อสารที่นอกเหนือจากหมายหมายเลขโทรศัพท์
- 7. มีข้อความสื่อสารเป็นภาษาไทย
- 8. บริการพิเศษอื่น ๆ เช่น แจ้งราคาหุ้น, อัตราการแลกเปลี่ยนเงินสกุลต่าง ๆ ฯลฯ

24. การใช้วิทยุติดตามตัว ท่านใช้ควบคู่กับเครื่องมือสื่อสารอะไรบ้าง

	ใช้มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ได้ใช้
1. โทรศัพท์ในสำนักงาน, อาคารบ้านเรือน
2. โทรศัพท์สาธารณะ
3. โทรศัพท์เคลื่อนที่
4. อื่น ๆ (ระบุ).....

25. ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยหรือไม่

- 1. ใช่
- 2. ไม่ใช่ (ข้ามไปตอบข้อ 28)

26. ทำไมท่านจึงใช้วิทยุติดตามตัวและโทรศัพท์เคลื่อนที่ควบคู่กัน

.....

.....

27. หลังจากที่ท่านใช้ควบคู่กันท่านพบว่า.....

28. ความถี่ในการใช้วิทยุติดตามตัวของท่านในแต่ละวันประมาณ.....ครั้ง/วัน

29. ช่วงเวลาที่ท่านใช้วิทยุติดตามตัวมากที่สุด

- 1. ก่อน 9.00 น.
- 2. 9.00-12.00 น.
- 3. 12.00-13.00 น.
- 4. 13.00-16.00 น.
- 5. 16.00-20.00 น.
- 6. หลัง 20.00 น.

7. ไม่นั่นเอง

เหตุผลที่ท่านใช้ในช่วงเวลานี้มากที่สุด.....

30. ใน 1 สัปดาห์ท่านใช้วิทยุติดตามตัวในวันใดมากที่สุด.....

เพราะเหตุใด.....

31. ในแต่ละเดือนท่านใช้วิทยุติดตามตัวมากที่สุดในช่วงใด

- 1. วันที่ 1:-10 ของเดือน
- 2. วันที่ 11-20 ของเดือน
- 3. วันที่ 21-30 ของเดือน

เพราะเหตุใด.....

32. การติดต่อโดยวิทยุติดตามตัว โดยส่วนใหญ่ท่านใช้ติดต่อในเรื่องใด

.....

33. เมื่อนึกถึงวิทยุติดตามตัว ท่านจะนึกถึงยี่ห้อใด เป็นอันดับแรก

	อันดับ	1	2	3	4	5
แพ็คลิ่งค์	
โฟนลิ่งค์	
คัทซีสัน เพจโฟน	
อื่น ๆ (ระบุ).....	

34. ท่านคิดว่าบุคคลในอาชีพเดียวกับท่าน มีความจำเป็นต้องใช้วิทยุติดตามตัวมากน้อยเพียงใด

1. มาก เพราะ.....
2. ปานกลาง เพราะ
3. น้อย เพราะ.....

35. ท่านคิดว่า แนวโน้มของการใช้วิทยุติดตามตัวในประเทศไทย จะมีผู้ใช่มากน้อยเพียงใด

1. มากขึ้น เพราะ.....
2. น้อยลง เพราะ.....

36. ท่านคิดว่าวิทยุติดตามตัวในปัจจุบันนี้ ยังมีปัญหาและข้อบกพร่องอะไรบ้าง

.....

37. ท่านคิดว่าควรมีการปรับปรุงแก้ไขอะไรบ้าง เพื่อให้วิทยุติดตามตัวมีประสิทธิภาพที่ดีและ
 สมบูรณ์มากขึ้น

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ด้วยดี

แบบสัมภาษณ์ : เจ้าหน้าที่ระดับบริหารและนักวิชาการ

1. เหตุผลในการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดวิทยุติดตามตัว (ของแต่ละยี่ห้อ)

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

2. มีแนวโน้มนโยบายทางการตลาดอย่างไรบ้าง

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

3. ปัจจุบันการตลาดของวิทยุติดตามตัวมีการแข่งขันกันมากน้อยเพียงใด แข่งกันทางด้านใดมากที่สุด

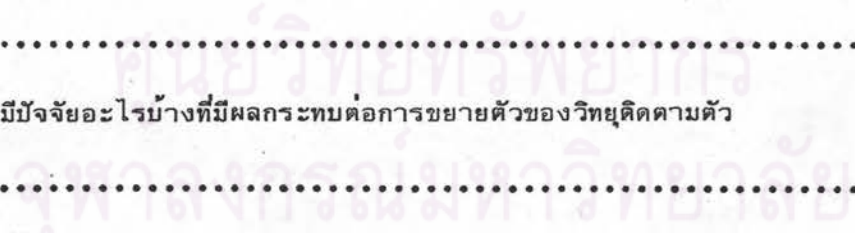
.....
.....
.....

4. การใช้วิทยุติดตามตัวของคนไทยในปัจจุบันมีผลกระทบต่อ เศรษฐกิจและสังคมอย่างไรบ้าง

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

5. มีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลกระทบต่อการขยายตัวของวิทยุติดตามตัว

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



6. โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นคู่แข่งของวิทยุติดตามตัวหรือไม่ เพราะเหตุใด
-
-
-
7. แนวโน้มของการใช้วิทยุติดตามตัวในอนาคตจะเป็นอย่างไร
-
-
8. มีกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับวิทยุติดตามตัวหรือไม่ ถ้ามีจะเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของวิทยุติดตามตัวหรือไม่
-
-
9. การควบคุมขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยและการสื่อสารแห่งประเทศไทย มีผลกระทบต่อ การขยายตัวของวิทยุติดตามตัวอย่างไรบ้าง
-
-
-
10. ใช้งบประมาณในการโฆษณาเท่าไร/ปี และใช้สื่อใดมากที่สุด
-
-
-

ศูนย์วิทยุวิทยุการบิน
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ใช้วิทยุติดตามตัว จำแนกตาม เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	89	87.25
หญิง	13	12.75
รวม	102	100.0

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	-	49.02
อายุ 20-30 ปี	50	49.02
อายุ 31-40 ปี	48	47.06
อายุ 41-50 ปี	4	3.92
อายุมากกว่า 50 ปี	-	-
รวม	102	100.0

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	60	58.82
สมรส	41	40.20
หย่า แยกกันอยู่	1	0.98
รวม	102	100.0

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ม.1	-	-
ม.1-ม.3	4	3.92
ม.4-ม.6 หรือ เทียบเท่า	18	17.65
อนุปริญญาหรือ เทียบเท่า	23	22.55
ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	44	43.14
สูงกว่าปริญญาตรี	13	12.75
รวม	102	100.0

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับจ้าง (พนักงานบริษัทเอกชน)	45	44.12
รับราชการ, รัฐวิสาหกิจ	10	9.80
ค้าขาย, นักธุรกิจ, กิจการส่วนตัว	21	20.59
แพทย์, พยาบาล	9	8.82
อาชีพอิสระ (เช่น นายหน้าขายที่ดิน ฯลฯ)	17	16.67
รวม	102	100.0

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	5	4.90
5,000-10,000 บาท	28	27.45
10,000-20,000 บาท	38	37.25
20,000-50,000 บาท	24	23.53
50,000-100,000 บาท	3	2.94
100,000-200,000 บาท	1	0.98
มากกว่า 200,000 บาท	3	2.90
รวม	102	100.0

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่การงาน

ตำแหน่งหน้าที่การงาน	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานทั่วไป	44	43.14
ผู้บริหารระดับกลาง	22	21.57
ผู้บริหารระดับสูง	3	2.94
เจ้าของกิจการ	17	16.67
อื่นๆ	16	15.69
รวม	102	100.0

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

เหตุผลในการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกในการติดต่อสื่อสาร	70	66.04
ที่ทำงานจัดหาให้	7	6.60
ต้องติดต่องานอย่างเร่งด่วน	18	16.98
มีขนาดเล็กพกสะดวก	2	1.89
ต้องออกนอกสถานที่	5	4.72
อื่นๆ	4	3.78
รวม	106	100.0

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามยี่ห้อที่ใช้

ยี่ห้อที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
แพ็คลิ่งค์	51	50.0
โฟนลิ่งค์	51	50.0
ฮัทซัน เพจโฟน	-	-
อื่น ๆ	-	-
รวม	102	100.0

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เหตุผลในการใช้วิทยุติดตามของแต่ละยี่ห้อ

เหตุผลที่ใช้ยี่ห้อแพ็คลิ่งค์	จำนวน	ร้อยละ
เป็นบริษัทแรกที่เริ่มมี	28	62.22
สะดวกในการติดต่อ	5	11.11
บริการรวดเร็ว	1	2.22
หน่วยงานจัดหาให้	7	15.56
อื่น ๆ	4	8.89
รวม	45	100.0

ตารางที่ 10.2

เหตุผลที่ใช้ยี่ห้อโทรศัพท์	ร้อยละ	จำนวน
มีความทันสมัย	5	9.80
ติดต่อได้ทั่วประเทศ	14	27.45
มีข้อความเป็นตัวอักษร	8	15.69
สะดวกในการติดต่อ	10	19.61
หน่วยงานจัดหาให้	6	11.76
ราคาถูก	2	3.92
ต่อเข้าศูนย์ง่าย	2	3.92
อื่น ๆ	4	7.84
รวม	51	100.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้วิทยุติดตามตัว
ของแต่ละยี่ห้อ

ตารางที่ 11.1

ระยะเวลาที่ใช้ยี่ห้อแท็คคิงค์	จำนวน	ร้อยละ
ใช้มานาน 1-3 เดือน	5	9.80
ใช้มานาน 4-6 เดือน	5	9.80
ใช้มานาน 6-12 เดือน	4	7.84
ใช้มานาน 1-2 ปี	17	33.33
ใช้มานาน มากกว่า 2 ปี	20	39.22
รวม	51	100.0

ตารางที่ 11.2

ระยะเวลาที่ใช้ยี่ห้อโฟนลิ่ง	จำนวน	ร้อยละ
ใช้มานาน 1-3 เดือน	9	17.65
ใช้มานาน 4-6 เดือน	17	33.33
ใช้มานาน 6-12 เดือน	15	29.41
ใช้เวลานาน 1-2 ปี	5	9.80
ใช้เวลานาน มากกว่า 2 ปี	5	9.80
รวม	51	100.0

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัญหาในการใช้ของแต่ละยี่ห้อ

ตารางที่ 12.1

การใช้ยี่ห้อแท็บเล็ตมีปัญหาหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
มีปัญหา	18	35.29
ไม่มีปัญหา	30	58.82
ไม่ตอบ	3	5.88
รวม	51	100.0

ตารางที่ 12.2

ปัญหาของยี่ห้อแท็บเล็ต	จำนวน	ร้อยละ
โทรเข้าศูนย์ยาก	8	40.0
ติดต่อไม่ได้ทั่วประเทศ	2	10.0
หมายเลขไม่ชัดเจน, ไม่ปรากฏบนจอ	5	25.0
เรียกเบอร์ผิด	2	10.0
อื่น ๆ	3	15.0
รวม	20	100.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 12.3

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
มีปัญหา	15	29.41
ไม่มีปัญหา	34	66.67
ไม่ตอบ	2	3.92
รวม	51	100.0

ตารางที่ 12.4

ปัญหาของยี่ห้อโฟนลิงค์	จำนวน	ร้อยละ
โทร เข้าศูนย์ยาก	2	13.33
เรียก เบอร์ผิด	2	13.33
ตัวอักษร, หมายเลขไม่ชัดเจน	4	26.67
ข้อความ เป็นภาษาอังกฤษไม่เข้าใจ	3	20.0
อื่น ๆ	4	26.67
รวม	15	100.0

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคุณภาพของแต่ละยี่ห้อ

ตารางที่ 13.1

วิญญูติตามด้วยยี่ห้อแพคเกจมีคุณภาพ เพียงพอหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอ	28	54.90
ไม่เพียงพอ	23	45.10
รวม	51	100.0

ตารางที่ 13.2

อยากได้แพคเกจมีคุณภาพ	จำนวน	ร้อยละ
สามารถรับได้ทุกที่ตามที่กำหนด	4	16.67
อยากให้มีข้อความ เป็นตัวอักษร	7	29.17
อยากให้มีข้อความ เป็นภาษาไทย	3	12.5
อยากให้มีหมายเลข เพียง 3 ตัว	2	8.33
อยากให้เป็นการสื่อสารแบบ Two-Way	4	16.67
อื่น ๆ	4	16.67
รวม	24	100.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 13.3

วิทยุติดตามด้วยโทรศัพท์ลิ้งค์คุณภาพ เพียงพอหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอ	34	66.67
ไม่เพียงพอ	17	33.33
รวม	51	100.0

ตารางที่ 13.4

อยากใช้โทรศัพท์ลิ้งค์คุณภาพ	จำนวน	ร้อยละ
สามารถรับได้ทุกที่ตามที่กำหนด	6	35.29
อยากให้มีข้อความ เป็นภาษาไทย	7	41.18
อยากให้มีการสื่อสารแบบ Two-Way	2	11.76
อื่นๆ	2	11.76
รวม	17	100.0

ศูนย์วิทยุโทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการใช้อีกต่อไป
ของแต่ละยี่ห้อ

ตารางที่ 14.1

ความต้องการใช้ยี่ห้อแพคลิงค์	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ต่อไป	35	68.63
ไม่ใช้	14	27.45
ไม่ตอบ	2	3.92
รวม	51	100.0

ตารางที่ 14.2

ความต้องการใช้ยี่ห้อโฟนลิงค์	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ต่อไป	46	90.20
ไม่ใช้	4	7.84
ไม่ตอบ	1	1.96
รวม	51	100.0

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความ เคยใช้ยี่ห้ออื่นมาก่อน
ของแต่ละยี่ห้อ

ตารางที่ 15.1

ความ เคยใช้ยี่ห้ออื่นมาก่อนของผู้ใช้ยี่ห้อแพคสังค์	จำนวน	ร้อยละ
เคย	7	13.73
ไม่เคย	42	82.35
ไม่ตอบ	2	3.92
รวม	51	100.0

ตารางที่ 15.2

ความ เคยใช้ยี่ห้ออื่นมาก่อนของผู้ใช้ยี่ห้อโฟนสังค์	จำนวน	ร้อยละ
เคย	18	35.29
ไม่เคย	29	56.86
ไม่ตอบ	4	7.84
รวม	51	100.0

ตารางที่ 15.3

เคย เปลี่ยนจากยี่ห้อใด (ของผู้ใช้ยี่ห้อแพคลิงค์)	จำนวน	ร้อยละ
โพลีลิ่งค์	-	-
ฮัทชิลัน เพจโฟน	-	-
วอยซ์ เพจเจอร์ (ของการสื่อสาร)	7	100.0
รวม	7	100.0

ตารางที่ 15.4

เคย เปลี่ยนจากยี่ห้อใด (ของผู้ใช้ยี่ห้อโพลีลิ่งค์)	จำนวน	ร้อยละ
แพคลิงค์	18	100.0
ฮัทชิลัน เพจโฟน	-	-
วอยซ์ เพจเจอร์ (ของการสื่อสาร)	-	-
รวม	18	100.0

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เหตุผลในการตัดสินใจ
เปลี่ยนยี่ห้อ

ตารางที่ 16.1

เหตุผลที่เปลี่ยนจากวอยซ์ เพจเจอร์ → แพ็คลิ่งค์	จำนวน	ร้อยละ
ฟังข้อมูลไม่ทันและไม่ชัดเจน	3	42.86
เก็บข้อมูลได้น้อย	3	42.86
ไม่ตอบ	1	14.29
รวม	7	100.0

ตารางที่ 16.2

เหตุผลที่เปลี่ยนจากแพ็คลิ่งค์ โฟนลิ่งค์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีข้อความเป็นตัวอักษร	7	36.84
เปลี่ยนบริษัททำงาน	3	15.79
โฟนลิ่งค์มีความทันสมัยกว่า	3	15.79
โฟนลิ่งค์ติดต่อได้ไกลกว่า	3	15.79
แพ็คลิ่งค์ติดต่อเข้าศูนย์ยากกว่า	3	15.79
รวม	19	100.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสื่อที่กลุ่มตัวอย่าง
ได้รับข่าวสาร เกี่ยวกับ เรื่องวิทยุติดตามตัว

ได้รับข่าวสาร เรื่องวิทยุติดตามตัวจากสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	68	36.76
วิทยุโทรทัศน์	25	13.51
หนังสือพิมพ์	56	30.27
นิตยสาร วารสาร	9	4.86
แผ่นพับ ใบปลิว	3	1.62
ป้ายโฆษณา	5	2.70
การจัดนิทรรศการ	5	2.70
โฆษณาบนรถเมล์ (หน้า, หลัง, ด้านข้าง)	4	2.16
สื่อบุคคล	10	5.41
รวม	185	100.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอิทธิพลของสื่อที่มีต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัวหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
มี	60	58.82
ไม่มี	37	36.27
ไม่ตอบ	5	4.9
รวม	102	

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	31	46.27
วิทยุโทรทัศน์	3	4.48
หนังสือพิมพ์	12	17.91
นิตยสาร, วารสาร	4	5.97
แผ่นพับ, โบปลิว	3	4.48
ป้ายโฆษณา	2	2.99
สื่อบุคคล	3	4.48
ไม่ตอบ	9	13.43
รวม	67	100.0

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอิทธิพลของสื่อบุคคล

มีใครแนะนำให้ใช้วิทยุติดตามตัวหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
มี	32	31.37
ไม่มี	70	68.63
ไม่ตอบ	-	-
รวม	102	100.0

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสื่อบุคคลที่แนะนำให้ใช้วิทยุติดตามตัว

ผู้ที่แนะนำให้ใช้วิทยุติดตามตัว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	20	62.50
ญาติ	1	3.13
ผู้บังคับบัญชา	7	21.88
ผู้ใต้บังคับบัญชา	2	6.25
ตัวแทนฝ่ายชาย	2	6.25
ไม่ตอบ	-	-
รวม	32	100.0

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการทดลองใช้ก่อนการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

ทดลองก่อนการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัวหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ทดลอง	19	18.63
ไม่ทดลอง	83	81.37
รวม	102	100.0

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความจำเป็นในการทดลองใช้ก่อนการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

ความจำเป็นในการทดลองใช้	จำนวน	ร้อยละ
จำเป็น	56	54.90
ไม่จำเป็น	46	45.10
รวม	102	100.0

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคุณลักษณะของวิทยุติดตามตัว
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

ตารางที่ 24.1 จำแนกตามความสะดวกในการพกพามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

ความสะดวกในการพกพา	จำนวน	ร้อยละ
มีอิทธิพลมาก	68	66.67
มีอิทธิพลค่อนข้างมาก	23	22.55
มีอิทธิพลปานกลาง	8	7.84
มีอิทธิพลค่อนข้างน้อย	-	-
มีอิทธิพลน้อย	-	-
ไม่ตอบ	3	2.94
รวม	102	100.0

ตารางที่ 24.2 จำแนกตามความรวดเร็วในการสื่อสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

ความรวดเร็วในการสื่อสาร	จำนวน	ร้อยละ
มีอิทธิพลมาก	71	69.61
มีอิทธิพลค่อนข้างมาก	18	17.65
มีอิทธิพลปานกลาง	11	10.78
มีอิทธิพลค่อนข้างน้อย	-	-
มีอิทธิพลน้อย	-	-
ไม่ตอบ	2	1.96
รวม	102	100.0

ตารางที่ 24.3 จำแนกตามความสามารถในการติดต่อได้ทั่วประเทศที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
ใช้วิทยุติดตามตัว

ความสามารถในการติดต่อได้ทั่วประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
มีอิทธิพลมาก	33	32.35
มีอิทธิพลค่อนข้างมาก	23	22.55
มีอิทธิพลปานกลาง	27	26.47
มีอิทธิพลค่อนข้างน้อย	12	11.76
มีอิทธิพลน้อย	4	3.92
ไม่ตอบ	3	2.94
รวม	102	100.0

ตารางที่ 24.4 จำแนกตามความสะดวกในการติดต่อได้อย่างชัดเจนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้
วิทยุติดตามตัว

ความสะดวกในการติดต่อได้อย่างชัดเจน	จำนวน	ร้อยละ
มีอิทธิพลมาก	56	54.90
มีอิทธิพลค่อนข้างมาก	30	29.41
มีอิทธิพลปานกลาง	12	11.76
มีอิทธิพลค่อนข้างน้อย	-	-
มีอิทธิพลน้อย	-	-
ไม่ตอบ	4	3.92
รวม	102	100.0

ตารางที่ 24.5 จำแนกตามราคาถูกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

ราคาถูก	จำนวน	ร้อยละ
มีอิทธิพลมาก	42	41.18
มีอิทธิพลค่อนข้างมาก	12	11.76
มีอิทธิพลปานกลาง	36	35.29
มีอิทธิพลค่อนข้างน้อย	5	4.90
มีอิทธิพลน้อย	2	1.96
ไม่ตอบ	5	4.90
รวม	102	100.0

ตารางที่ 24.6 จำแนกตามมีข้อความที่นอกเหนือจากหมายเลขโทรศัพท์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

มีข้อความที่นอกเหนือจากหมายเลขโทรศัพท์	จำนวน	ร้อยละ
มีอิทธิพลมาก	40	39.22
มีอิทธิพลค่อนข้างมาก	21	20.59
มีอิทธิพลปานกลาง	21	20.59
มีอิทธิพลค่อนข้างน้อย	7	6.86
มีอิทธิพลน้อย	6	5.88
ไม่ตอบ	7	6.86
รวม	102	100.0

ตารางที่ 24.7 จำแนกตามการมีข้อความ เป็นภาษาไทยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

มีข้อความสื่อสาร เป็นภาษาไทย	จำนวน	ร้อยละ
มีอิทธิพลมาก	31	30.39
มีอิทธิพลค่อนข้างมาก	13	12.75
มีอิทธิพลปานกลาง	25	24.51
มีอิทธิพลค่อนข้างน้อย	6	5.88
มีอิทธิพลน้อย	23	22.55
ไม่ตอบ	4	3.92
รวม	102	100.0

ตารางที่ 24.8 จำแนกตามการมีบริการพิเศษอื่น ๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

มีบริการพิเศษอื่น ๆ เช่น แจ็งราคาหุ้น ฯลฯ	จำนวน	ร้อยละ
มีอิทธิพลมาก	9	8.82
มีอิทธิพลค่อนข้างมาก	5	4.90
มีอิทธิพลปานกลาง	22	21.57
มีอิทธิพลค่อนข้างน้อย	16	15.69
มีอิทธิพลน้อย	36	35.29
ไม่ตอบ	14	13.73
รวม	102	100.0

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เครื่องมือสื่อสารที่ใช้ควบคู่กับ
วิทยุติดตามตัว

ตารางที่ 25.1 จำแนกตามโทรศัพท์ในสำนักงาน, อาคารบ้านเรือน

ใช้ควบคู่กับโทรศัพท์ในสำนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้มาก	54	52.94
ใช้ปานกลาง	33	32.35
ใช้น้อย	7	6.86
ไม่ได้ใช้	-	-
ไม่ตอบ	8	7.84
รวม	102	100.0

ตารางที่ 25.2 จำแนกตามการใช้โทรศัพท์สาธารณะ

โทรศัพท์สาธารณะ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้มาก	53	51.96
ใช้ปานกลาง	26	25.49
ใช้น้อย	9	8.82
ไม่ได้ใช้	3	2.94
ไม่ตอบ	11	10.78
รวม	102	100.0

ตารางที่ 25.3 จำแนกตามการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

โทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน	ร้อยละ
ใช้มาก	16	15.69
ใช้ปานกลาง	4	3.92
ใช้น้อย	7	6.86
ไม่ได้ใช้	65	63.73
ไม่ตอบ	10	9.8
รวม	102	100.0

ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ควบคู่กับวิทยุติดตามตัว

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
สามารถโทรกลับได้ทันที, ทำให้เกิดความรวดเร็วในการสื่อสาร	11	40.74
เครื่องมือสื่อสารทั้งสองนี้มีจุดบกพร่องคนละอย่างซึ่งจะช่วย เสริมซึ่งกันและกัน	5	18.52
บางพื้นที่หาโทรศัพท์สาธารณะยาก	5	18.52
โทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อโทร เข้าจะ เสียค่าใช้จ่าย แต่วิทยุติดตามตัวไม่ต้อง เสีย	3	11.11
ให้วิทยุติดตาม เป็น เลขฯฯ กลั่นกรองผู้ติดต่อก่อน เข้าถึงตัว	3	11.11
รวม	27	100.0

ตารางที่ 27 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้วิทยุติดตามตัว

ตารางที่ 27.1 จำแนกตามความถี่ในการใช้ต่อวัน

ความถี่ในการใช้/วัน	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ครั้ง	33	32.35
4-6 ครั้ง	22	21.57
6-8 ครั้ง	9	8.82
8-10 ครั้ง	22	21.57
มากกว่า 10 ครั้ง	6	5.88
ไม่แน่นอน	3	2.94
ไม่ตอบ	7	6.86
รวม	102	100.0

ตารางที่ 27.2 จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้วิทยุติดตามตัวมากที่สุด

ช่วงเวลาที่ใช้วิทยุติดตามตัวมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ก่อน 9.00 น.	1	0.88
9.00-12.00 น.	24	21.24
12.00-13.00 น.	6	5.31
13.00-16.00 น.	16	14.16
16.00-20.00 น.	9	7.96
หลัง 20.00 น.	1	0.88
ไม่ตอบ	56	49.56
รวม	113	100.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 27.3 จำแนกตามวัน (ใน 1 สัปดาห์) ใช้วิทยุติดตามตัวมากที่สุด

วัน	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	32	19.28
อังคาร	20	12.05
พุธ	17	10.24
พฤหัสบดี	17	10.24
ศุกร์	24	14.46
เสาร์	9	5.42
อาทิตย์	3	1.81
ทุกวัน	17	10.24
ไม่แน่นอน	27	16.27
รวม	166	100.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27.4 จำแนกตามช่วงเวลา (ใน 1 เดือน) ในการใช้วิทยุติดตามตัวมากที่สุด

ช่วงเวลา (ใน 1 เดือน)	จำนวน	ร้อยละ
วันที่ 1-10 ของเดือน	6	5.88
วันที่ 11-20 ของเดือน	2	1.96
วันที่ 21-30 ของเดือน	5	4.90
ไม่แน่นอน	85	83.33
ไม่ตอบ	4	3.92
รวม	102	100.0

ตารางที่ 28 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้งานของวิทยุติดตามตัว

ส่วนใหญ่ใช้ติดต่อในเรื่อง	จำนวน	ร้อยละ
งาน	90	88.24
ส่วนตัว	3	2.94
ทั้ง 2 อย่าง	9	8.82
รวม	102	100.0

ตารางที่ 29 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้วิทยุติดตามตัว จำแนกตามการนึกถึงยี่ห้อ
เมื่อนึกถึงวิทยุติดตามตัว

ยี่ห้อ	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แพ็คลิงค์	56	53.33	19	26.76	14	22.58
โฟนลิงค์	39	37.14	44	61.97		
ฮัทชีสัน เพจโฟน	10	9.52	8		48	77.42
วอยซ์ เพจเจอร์						
รวม	105	100.0	71	100.0	62	100.0

ตารางที่ 30 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้วิทยุติดตามตัว จำแนกตามความคิดเห็นว่าบุคคลในแต่ละอาชีพมีความจำเป็นต้องใช้วิทยุติดตามตัว

อาชีพ	มากขึ้น		ปานกลาง		น้อยลง		ไม่ตอบ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ	37	88.10	5	11.90	-	-	-	-	42	100.0
รับราชการ	7	70.0	1	-	-	-	2	20.0	10	100.0
ค้าขาย	13	61.90	7	33.33	-	-	1	4.76	21	100.0
แพทย์, พยาบาล	9	100.0	-	-	-	-	-	-	9	100.0
อาชีพอิสระ	16	80.0			1	5.0	3	15.0	20	100.0

ตารางที่ 30. จำนวนและร้อยละของผู้ใช้วิทยุติดตามตัว จำแนกตามเหตุผลที่ความคิดเห็นว่า
บุคคลในอาชีพเดียวกับตนมีความจำเป็นต้องใช้วิทยุติดตามตัวมาก

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ทำให้งานคล่องตัว	11	14.86
ต้องอยู่ข้างนอกเป็นประจำ	14	18.92
มีการแข่งขันทางธุรกิจสูง	10	13.51
ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	38	51.35
โทรศัพท์สาธารณะหายาก	1	1.35
รวม	74	100.0

ศูนย์วิทยุโทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามแนวโน้มของการใช้วิทยุติดตามตัวในประเทศไทย

แนวโน้มของการใช้วิทยุติดตามตัวในประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
มากขึ้น	92	90.20
น้อยลง	5	4.90
ไม่ตอบ	5	4.90
รวม	102	100.0

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31.1 จำแนกตาม เหตุผลที่แนวโน้มของผู้ใช้วิทยุติดตามตัวมีมากขึ้น

เหตุผลที่มีแนวโน้มมากขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
เศรษฐกิจของไทยดีขึ้นทำให้วงการธุรกิจมีการเจริญเติบโต	26	28.26
การจราจรติดขัดมาก	9	9.78
มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อมาก	28	30.43
ราคาไม่แพง	8	8.70
ประชาชนรู้จักในคุณภาพของวิทยุติดตามตัวมากขึ้น	4	4.35
โทรศัพท์สาธารณะมีไม่เพียงพอ	3	3.26
อื่น ๆ	3	3.26
ไม่ตอบ	11	12.0
รวม	92	100.0

ศูนย์วิทยุโทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัญหาของวิทยุติดตามตัว

ปัญหาและข้อบกพร่องของวิทยุติดตามตัว	จำนวน	ร้อยละ
ขอข่ายการสื่อสารบางพื้นที่ยังใช้ไม่ได้	14	22.22
โทรเข้าศูนย์ยาก	14	22.22
ข้อความไม่ชัดเจนไม่สามารถเช็คได้เมื่อเรียกผ่าน เครื่องอัตโนมัติ	6	9.52
ไม่มีข้อความ เป็นภาษาไทย	4	6.35
ขนาดใหญ่เกินไป	4	6.35
หาโทรศัพท์สาธารณะลำบาก	4	6.35
เรียกเบอร์ผิดบ่อย ๆ	5	7.94
หมายเลขสหายาก ทำให้สับสนสำหรับผู้เรียก	3	4.76
ควรติดต่อต่างประเทศได้ด้วย	3	4.76
อื่นๆ	6	9.52
รวม	63	100.0

ศูนย์วิทยุตำรวจ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามข้อเสนอแนะ เพื่อให้วิทยุติดตามตัวมีประสิทธิภาพ
ที่ดีและสมบูรณ์มากขึ้น 132

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มคู่สายของศูนย์ให้มากขึ้น	13	24.53
ราคาควรถูกลง เพื่อให้คนคิดว่า เป็นของธรรมดา	10	18.87
ขนาดควรมีความกระชับรัด	8	15.09
ปรับปรุงระบบส่งคลื่นให้รับได้ทุกพื้นที่	12	22.64
มีหมายเลข เครื่องน้อยหลัก เพื่อสะดวกในการจดจำ	4	7.55
อยากให้มีข้อความที่เป็นภาษาไทย	6	11.32
รวม	53	100.0

ศูนย์วิทยุตำรวจ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้วิทยุติดตามตัวความถี่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับจ้าง (พนักงานบริษัทเอกชน)	8	34.78
รับราชการ, รัฐวิสาหกิจ	-	
ค้าขาย, นักธุรกิจ, ประกอบกิจการส่วนตัว	6	26.09
แพทย์, พยาบาล	1	4.35
อาชีพอิสระ	8	34.78
อื่น ๆ		
รวม	23	100.0

ศูนย์วิทยุโทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้วิทยุติดตามตัวควบคู่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตาม
ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ป.4	-	-
ป.4-ป.6	-	-
ม.1-ม.3	1	4.35
ม.4-ม.6 หรือเทียบเท่า	3	13.04
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	7	30.43
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	11	47.83
สูงกว่าปริญญาตรี	1	4.35
รวม	23	100.0

ศูนย์วิทยุโทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้วิทยุติดตามตัวควบคู่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่
จำแนกตามรายได้/เดือน

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	-	-
5,000-10,000 บาท	2	8.70
10,000-20,000 บาท	8	34.78
20,000-50,000 บาท	10	43.48
50,000-100,000 บาท	1	4.35
100,000-200,000 บาท	1	4.35
มากกว่า 200,000 บาท	1	4.35
รวม	23	100.0

ตารางที่ 37 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้วิทยุติดตามตัวควบคู่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่
จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่การงาน

ตำแหน่งหน้าที่การงาน	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานทั่วไป	9	39.13
ผู้บริหารระดับกลาง	9	39.13
ผู้บริหารระดับสูง	1	4.35
เจ้าของกิจการ	3	13.04
อื่น ๆ	1	4.35
รวม	23	100.0

แผนห้าปี (2535-2539)

ของกระทรวงคมนาคม ด้านการสื่อสาร

1. โครงการเอกชนร่วมลงทุนขยายบริการโทรศัพท์
2. โครงการขยายบริการโทรศัพท์สาธารณะ
3. โครงการขยายโทรศัพท์สาธารณะทางไกล
5. โครงการวิจัยการตลาดและบริการ
6. โครงการพัฒนาขยายบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
7. โครงการจัดตั้งชุมสายโทรศัพท์ระหว่างประเทศระบบ SPCII (ITSC II) ปี 2532-2536
8. โครงการจัดตั้งชุมสายโทรศัพท์ระหว่างประเทศระบบ SPC (ITSC III) ที่พื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก (Eastern Seaboard) ปี 2535-2539
9. โครงการจัดตั้งชุมสายโทรศัพท์ระหว่างประเทศระบบ SPC (ITSC IV) ที่หาดใหญ่ ปี 2535-2539
10. โครงการจัดตั้งชุมสายโทรศัพท์ระหว่างประเทศระบบ SPC ที่กรุงเทพ ปี 2538-2540
11. แผนงานติดตั้งเครื่องโทรศัพท์สาธารณะระหว่างประเทศแบบใช้บัตรเครดิต ปี 2534-2539
12. แผนงานติดตั้งเครื่องโทรศัพท์สาธารณะระหว่างประเทศแบบใช้บัตรโทรศัพท์ ปี 2534-2539
13. โครงการข่ายสื่อสารเฉพาะบริเวณมหานคร (Metropolitan Area network) ปี 2534-2539
14. โครงการจัดตั้งชุมสายโทรสารย่อย (FPAD) ไปต่างจังหวัด 8 แห่ง ปี 2534-2537
15. โครงการขยายวิทยุคมนาคมระบบเซลลูลาร์ (Cellular) ปี 2534-2539
16. โครงการข่ายสื่อสารเฉพาะตัว (Personal Communication Network: PCN) ปี 2535-2539
17. โครงการบริการสื่อสารเคลื่อนที่ทางบกผ่านดาวเทียม (Satellite Land Mobile Service) ปี 2535-2539

18. โครงการ Network Modernization ปี 2535-2539
19. โครงการพัฒนาโครงข่ายด้วยระบบใยแก้ว
20. โครงการ Diversification ของ Network ด้วยระบบดาวเทียม
21. โครงการระบบเคเบิลใต้น้ำใยแก้ว ระยะที่ 1 ปี 2533-2536
22. โครงการระบบเคเบิลใต้น้ำใยแก้ว ระยะที่ 1 2536-2541
23. แผนงานเชื่อมโยงระบบดิจิทัลช่วง สงขลา-สตูล ปี 2535-2538
24. โครงการจัดตั้งสถานีดาวเทียม INTELSAT ที่ศูนย์โทรคมนาคมนนทบุรี ปี 2535-2538
25. โครงการจัดตั้งสถานีภาคพื้นดินสำหรับการติดต่อดาวเทียมย่านมหาสมุทรแปซิฟิก ปี 2535-2539
26. โครงการจัดตั้งสถานีดาวเทียม ภาคพื้นดินที่สงขลา ปี 2535-2537
27. โครงการจัดตั้งสถานีดาวเทียมภูมิภาคติดต่อกับต่างประเทศด้านธุรกิจและ ปี 2535-2538
28. โครงการ INMARSAT ปี 2535-2539
29. โครงการจัดตั้งชุมสายโทรศัพท์ระหว่างประเทศระบบ SPCII ปี 2532-2536
30. โครงการปรับปรุงศูนย์โทรคมนาคมที่บางรัก ปี 2535-2539
31. โครงการจัดตั้งศูนย์รับฝากไปรษณีย์จำนวนมากปี 2534-2538
32. โครงการจัดตั้งทำการศูนย์ไปรษณีย์ระบบคัดแยกตัวเครื่องจักรอัตโนมัติ ปี 2534-2538
33. โครงการปรับปรุงระบบการขนส่งไปรษณีย์ ปี 2534-2538
34. โครงการจัดตั้งทำการไปรษณีย์ โทร เลขรับ-จ่าย เพื่อรับการขยายชุมชน ในเขต กทม. และปริมณฑล ปี 2534-2538
35. โครงการกิจการโทรคมนาคม ในเขตพื้นที่เฉพาะ
36. โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงระเบียบกฎหมายและข้อบังคับ
37. แผนงานพัฒนาระบบข่าวสารเพื่อการบริหาร
38. โครงการให้บริการโทรศัพท์ติดตามตัวทั่วประเทศ(Paging)
39. โครงการให้บริการโทรศัพท์พกพา(Phone point)
40. โครงการให้บริการชุมชนด้วยภาพผ่านวงจรโทรศัพท์
41. โครงการให้บริการ videotex

42. แผนงานการนำระบบบันทึกมาตรฐานตามระยะเวลาพุดมา ใช้
43. แผนงานศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนบริการ
44. โครงการพัฒนาศูนย์ฝึกอบรมของ ทศท.
45. โครงการพัฒนาคุณภาพบุคลากร
46. โครงการฟื้นฟูสมรรถนะบุคลากร
47. แผนงานตั้งระบบสารสนเทศด้านการสื่อสาร เพื่อการบริหาร
48. โครงการ เพิ่มประสิทธิภาพระบบคอมพิวเตอร์ในการบริหารความถี่วิทยุ
49. แผนงานปรับปรุงงานตรวจสอบและ เฝ้าฟัง วิทยุ
50. โครงการจัดตั้งระบบตรวจสอบ เฝ้าฟังและหาทศวิทยุอัตโนมัติควบคุมระยะไกลใน กทบ.
51. โครงการจัดตั้งสถานีตรวจสอบและเฝ้าฟังวิทยุระยะที่ 2
52. โครงการจัดตั้งสำนักงานทะเบียนวิทยุคมนาคมท้องถิ่น
53. โครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมวิทยุคมนาคม
54. โครงการปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพบุคลากรด้านการสื่อสาร

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ง

ด้านการสื่อสาร

การบริหารความถี่วิทยุ ได้ดำเนินการตรวจสอบและจัดสรรความถี่วิทยุใหม่ให้แก่ หน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชน รวมถึงการออกใบอนุญาตวิทยุคมนาคม ตรวจสอบและฝ้าฟังวิทยุ บริการไปรษณีย์ บริการการเงินและบริการโทรคมนาคม ได้เปิดบริการใหม่ ๆ ด้านนี้ ได้แก่ การชำระภาษีรถยนต์ประจำปีทางไปรษณีย์ บริการจัดวางหนังสือเดินทางทางไปรษณีย์ รับประกันในประเทศ บริการ International Roaming บริการ Telebox บริการ เทเล็กซ์เก็บเงินปลายทาง บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศเก็บเงินปลายทางอัตโนมัติ และการลดอัตราค่าใช้บริการโทรคมนาคมหลายประเภท

นอกจากนี้ยังมีโครงการสำคัญอีกหลายโครงการ อาทิ เช่น โครงการขยายพื้นที่ บริการวิทยุคมนาคมระบบ เซลลูลาร์ชั้นตอนที่ 3 และชั้นตอนที่ 4

บริการโทรศัพท์ ได้ดำเนินโครงการสำคัญคือ การขยายบริการโทรศัพท์เพิ่มขึ้นอีก 3,000,000 เลขหมาย การขยายโทรศัพท์สาธารณะระดับตำบล การปรับปรุงบริการ โทรศัพท์สาธารณะ โดยติดตั้งแบบใช้บัตรและการเปิดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สาธารณะ ขบวนการไฟสายเหนือและสายอีสาน การนำโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 900 MHz เข้ามาใช้ บริการ Phonelink การให้บริการสื่อสารข้อมูลผ่านเลขหมายโทรศัพท์ "ดาต้าเนท" บริการโทรศัพท์ทักทวน (Telepoint) บริการสื่อสารร่วมระบบ IDSN บริการ Videotex และบริการโทรศัพท์ทางไกลฟรี 088

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก จ

การให้สัมปทาน

1. สัมปทานขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

1. โครงการขยายโทรคมนาคมร่วมแบบดิจิทัล (ISDM) มูลค่าการลงทุน 4,000 ล้านบาท
2. การวางข่ายสายเคเบิลใต้น้ำกรุง เทพายะคามูลค่าการลงทุน 4,000 ล้านบาท
3. ระบบข้อมูลผ่านดาวเทียม (วีแซท) มูลค่าการลงทุน 311 ล้านบาท
4. การขยายโทรศัพท์ 3,000,000 เลขหมายมูลค่าการลงทุน 150,000 ล้านบาท
5. ระบบสื่อสารสำรองผ่านดาวเทียม (TDMA) มูลค่าการลงทุน 336 ล้านบาท
6. การให้บริการข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ผ่านสายโทรศัพท์ (VIDEOTEX) มูลค่าการลงทุน 400 ล้านบาท
7. การขยายวงจรสื่อสารต่อจากชุมสายระหว่างประเทศส่วนขยายระยะที่ 2 (SPC II) มูลค่าการลงทุน 1,250 ล้านบาท
8. วิทยุเคลื่อนที่เฉพาะกิจความถี่ในช่องว่างคลื่น 800-900 เมกกะเฮิรตซ์ต่อเชื่อมระบบสัญญาณเลขหมายของ ทศท. มูลค่าการลงทุนขั้นต้น 500 ล้านบาท
9. โครงการพัฒนากิจการโทรคมนาคมในพื้นที่เศรษฐกิจแหลมฉบังและมาบตาพุดมูลค่าการลงทุน 2,000 ล้านบาท
10. ระบบสื่อสารข้อมูลผ่านสายโทรศัพท์ (ดาต้าคิต) มูลค่าการลงทุนขั้นต้น 400 ล้านบาท
11. โทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ความถี่ 900 เมกกะเฮิรตซ์ มูลค่าการลงทุน 400 ล้านบาท
12. โทรศัพท์เคลื่อนที่เด็น เอ็มที ความถี่ 450 เมกกะเฮิรตซ์ มูลค่าการลงทุน 3,000 ล้านบาท
13. โทรศัพท์สาธารณะรุ่นใหม่ที่ไร้เหรียญได้ทุกขนาด มูลค่าการลงทุน 800 ล้านบาท
14. โทรศัพท์สาธารณะแบบใช้บัตร (การ์ดโฟน) มูลค่าการลงทุน 500 ล้านบาท
15. วิทยุติดตามตัวระบบเพจจิ้ง ผู้รับสัมปทาน 2 กลุ่ม มูลค่าการลงทุนขั้นต้น 1,000 ล้านบาท
16. โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบโทรออกอย่างเดียว (โฟนพอยท์) มูลค่าการลงทุน 1,000 ล้านบาท

2. สัมปทานการสื่อสารแห่งประเทศไทย

1. โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ระบบเอ็น เอ็มทีย่านความถี่ 800 เมกกะเฮิรตซ์
2. วิทยุติดตามตัวระบบเพจจิ้ง
3. ระบบสื่อสารข้อมูลผ่านดาวเทียม

4. ระบบวิทยุติดต่อสื่อสารในเมือง
5. การวางข่ายสายเคเบิลใต้น้ำใญ่แก้ว

3. สัมปทานกระทรวงคมนาคม โครงการดาวเทียมสื่อสาร



ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ประวัติผู้วิจัย

นางสาวศรีงษา เก้าล่อม่อม ได้รับปริญญาโทศึกษาศาสตร์บัณฑิต ภาควิชาการ
ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2525 จากนั้นเข้า
ทำงานเป็นอาจารย์ โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาเป็นเวลา 1 ปี ปัจจุบันทำงานที่ บริษัท
ไทยวาโก้ จำกัด ตำแหน่งรองหัวหน้าหน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์ YOUNG



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย