

## บทที่ 2

### แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้กล่าวถึงแนวคิดที่เกี่ยวข้อง 2 ประการคือแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ และแนวคิดเกี่ยวกับการบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ผ่านเทคโนโลยีเว็บ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ<sup>9</sup>

บริการ (Service) หมายถึง กิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้าตัวอย่างเช่น โรงเรียน โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ฯลฯ

ลักษณะของบริการที่สำคัญ 4 ลักษณะ คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ตัวอย่าง คนไข้ไปหาจิตแพทย์ไม่สามารถบอกได้ว่า ตนจะได้รับการในรูปแบบใดล่วงหน้า ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการ เมื่อไร และอย่างไร ตัวอย่าง หมอผ่าตัดหัวใจ คุณภาพในการผ่าตัดขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจและความพร้อมในการผ่าตัดในแต่ละรอบ อาจารย์ผู้สอนในชั่วโมงที่อารมณ์ดีมีการเตรียมตัวดีจะสอนดี ในชั่วโมงที่อารมณ์ไม่ปกติและขาดการเตรียมตัว คุณภาพในการสอนต่ำ ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกบริการ

<sup>9</sup> ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่( กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซท์กซ์, 2541),

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นๆ ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือการบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า ตัวอย่างรถประจำทางในช่วงเวลาเร่งด่วนคนจะแน่น ต้องใช้จำนวนรถในการให้บริการมากขึ้น สถานบันเทิงในวันศุกร์ เสาร์ คนจะแน่นทำให้เกิดปัญหาการให้บริการไม่เพียงพอ

#### ส่วนประสมทางการตลาดของบริการ (The Services Marketing Mix)<sup>10</sup>

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติมซึ่งประกอบไปด้วย บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกาย (Physical evidence and presentation) และกระบวนการ (Process)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หรือบริการ (Service) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์สามารถทำให้บริการที่ลูกค้าได้รับแตกต่างจากคู่แข่งและเป็นการเพิ่มคุณค่าในทัศนคติของผู้บริโภคได้ ถึงแม้ว่าในบางครั้งการเพิ่มคุณค่านั้นเป็นเพียงในแง่ของความอารมณ์ หรือจิตใจเท่านั้น การเพิ่มคุณค่าอย่างหนึ่งคือ การสร้างตราหือให้มีชื่อเสียง ทำให้สามารถตั้งราคาในระดับสูงได้และลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพของการบริการที่เป็นรูปแบบเดียวกัน เช่น บริการการส่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่อย่างถูกต้องรวดเร็ว

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน เช่น อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ ค่าบริการเพิ่มเติมในการทำธุรกรรมต่างๆ ในอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ เป็นต้น ราคาเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดรายได้ มีความสำคัญต่อการรับรู้ในคุณค่าของบริการที่นำเสนอ มีผลต่อการรับรู้ในคุณภาพและมีบทบาทต่อการสร้างภาพลักษณ์ของการบริการ ราคาจะกำหนดอย่างไรขึ้นอยู่กับลูกค้าเป้าหมายและการแข่งขัน ในการตั้งราคาต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดอื่นๆ การตัดสินใจด้านราคาขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร เช่น เป้าหมายขององค์กร สภาพการแข่งขัน ตำแหน่งทางการตลาด ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ เป็นต้น

<sup>10</sup> ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่ (กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2541),

3. สถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมเพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาดได้ทันเวลา เช่น ท่าเรือที่ตั้งของธนาคาร ความสะอาด ความสวยงามของสถานที่ และที่จอดรถ เป็นต้น เนื่องจากการบริการเก็บรักษาไว้ไม่ได้ การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน ดังนั้นสถานที่จึงเกี่ยวกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ สถานที่ที่ให้บริการสำคัญมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับประเภทของการบริการและระดับของการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า ถ้าหากลูกค้าเดินทางไปรับบริการ ณ สถานที่ของผู้ให้บริการ ท่าเรือที่ตั้งมีความสำคัญมาก แต่ถ้าหากผู้ให้บริการเดินทางไปให้บริการแก่ลูกค้าถึงที่ ท่าเรือที่ตั้งก็มีความสำคัญน้อยลง เช่น สำนักงานบริการลูกค้าของ AIS ที่ทำแพ ที่ให้บริการต่างๆกับลูกค้า

4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ (Nonpersonal selling) เช่น การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ในการติดต่อสื่อสารจำเป็นต้องมีความรู้ก่อนว่าใครเป็นผู้รับเป้าหมาย (Target audience) มีวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารอย่างไร จะสร้างข่าวสารที่เหมาะสมได้อย่างไรและใช้วิธีการใดในการถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับเป้าหมาย

5. บุคคล (People)หรือพนักงาน (Employees) หมายถึง การคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) บุคลากรเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานผู้ให้บริการต้องมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการให้บริการ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จากลักษณะเฉพาะของบริการที่เรียกว่า “Inseparability” หมายถึง ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ คนเป็นองค์ประกอบสำคัญทั้งในการผลิตและการให้บริการ ในปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขัน ทางธุรกิจรุนแรงขึ้น คนยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่าง (Differentiation) ให้กับธุรกิจ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

6. การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึงการพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value Proposition) เช่น การแสดงข้อมูลภาพต่างๆบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ที่มีความสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน เป็นต้น

7. กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอน ระเบียบ หรือวิธีการทำงานเกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า เป็นกระบวนการในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับผู้บริโภคได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า เช่น ความรวดเร็วของใช้บริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ เป็นต้น

### การบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ผ่านเทคโนโลยีเว็บ<sup>11</sup>

เว็บ (WAP : Wireless Application Protocol) คือ แนวคิดในการรวมการสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication) กับการสื่อสารข้อมูล (Data communication) ให้เป็นรูปแบบที่ใช้งานด้วยกันได้ เป็นรูปแบบสำหรับการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wireless Internet) หรือการสื่อสารโทรคมนาคม เว็บช่วยให้เข้าถึงข้อมูลที่แต่เดิมจำเป็นต้องใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ สามารถได้รับข้อมูลที่ต้องการไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็ตาม สิ่งที่ต้องมีคือ โทรศัพท์เว็บหรือคอมพิวเตอร์มือถือ (PDA) ที่สามารถต่อเข้ากับโทรศัพท์มือถือเท่านั้น เว็บเป็นวิธีการใหม่ในการใช้บริการเคลื่อนที่ที่อาจมีอยู่แต่เดิมแล้ว เช่น สั่งพิซซ่า สอบถามตารางเวลา ชื้อตั๋ว ตรวจสอบบัญชีเงินฝาก และอื่นๆ สิ่งที่ต้องมีก็คือ โทรศัพท์หรือคอมพิวเตอร์มือถือ ที่สนับสนุนมาตรฐานเว็บ

### คุณประโยชน์ของเว็บ

คุณประโยชน์ของเว็บแบ่งออกเป็นหลายด้านดังนี้

- ด้านของผู้ให้บริการเครือข่าย (Operator) ผู้ให้บริการเครือข่ายสามารถให้บริการชนิดใหม่ๆกับผู้ใช้ได้ โดยพวกเขาสามารถสร้างบริการใหม่ที่เป็นเฉพาะตัว (Unique) และให้บริการการเข้าถึงบริการที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต ผู้ให้บริการเครือข่ายสามารถลดต้นทุนด้านการบริการลูกค้าและบริการการช่วยเหลือลูกค้า (Help desk) โดยการจัดการบริการการเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวบนเครือข่ายของผู้ให้บริการ นอกจากนี้การใช้งานเว็บผู้ให้บริการยังสามารถปรับเมนูและ ลักษณะของจอภาพให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้ได้จากระยะไกล (remotely) เพื่อเพิ่มความแตกต่าง (Differentiate) ในการบริการ เว็บช่วยให้ผู้ให้บริการเครือข่ายที่สามารถรองรับเว็บมีการยกเลิกการ

<sup>11</sup> เว็บ (WAP : Wireless Application Protocol) [Online]. Available: <http://www.thaitele.com.com/article.pl?Article/WAP/index> [1 มิ.ย 45 ]

ให้บริการน้อยลง ต้นทุนลดลง รายได้มากขึ้น โดยการปรับปรุงการบริการเสริมที่มีอยู่และเสนอ บริการข้อมูลที่น่าตื่นเต้น น่าสนใจเพิ่มเข้าไปในบริการเดิมด้วยต้นทุนเพียงเล็กน้อย

- ด้านของบุคคลที่สาม (Third party) บุคคลที่สามในที่นี้ อาจรวมถึง ผู้ให้บริการข้อมูล หรือผู้ให้บริการทั่วไปที่เขียนหรือสร้างเนื้อหาที่สามารถให้อ่านได้จากทุกๆ ที่ เนื้อหาที่อยู่บนเครื่อง ที่ให้บริการหรือเซิร์ฟเวอร์ (Server) จะสามารถเข้าถึงได้โดยใช้อุปกรณ์ไร้สายเกือบทุกที่บน โลก เว็บซึ่งมีอุตสาหกรรม ไร้สายคอยสนับสนุนเป็นผู้จัดหาเทคโนโลยีที่จำเป็นสำหรับนักพัฒนาให้มีการพัฒนาและนำเทคโนโลยีมาใช้ สำหรับผู้ใช้อุปกรณ์ไร้สาย โดยการเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ผู้ให้บริการข้อมูลสามารถที่จะขยายขอบข่ายแบบจำลองธุรกิจ (business model) ให้ครอบคลุมตลาด ขนาดใหญ่ของลูกค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ยังไม่ได้เข้าไปให้บริการ และเช่นเดียวกัน ด้วยความ พยายามเพียงเล็กน้อย นักพัฒนาเครื่องมือเขียน โปรแกรมสามารถใช้ความได้เปรียบในโอกาสที่ เกิด ขึ้นใหม่ของตลาดไร้สาย

- ด้านของบริษัท (Company) พนักงานบริษัทสามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของ บริษัทได้อย่างง่ายดาย ยกตัวอย่างเช่น พนักงานบริการ ที่อยู่ระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ สามารถที่เข้า ถึงสินค้าคงคลังของบริษัทเพื่อตรวจสอบว่าจะ ใกล้เคียงเหลือหรือไม่แล้วทำการแจ้งลูกค้าได้โดยตรง และพนักงานยังสามารถใช้โปรแกรมประยุกต์เดียวกันนี้ส่งอะไหล่และแจ้งวันที่สามารถทำการ จัด ส่งให้ลูกค้าทราบได้ทันที

- ด้านของผู้ใช้ (End user) ประชาชนมีการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล มากขึ้นๆ เพื่อดึงข้อมูลจากทุกแหล่งในโลกและผู้ใช้หลายคนพบว่า สามารถใช้บริการผ่านเครื่อง โทรศัพท์พื้นฐานตลอดเวลาโดยการใช้ระบบการตอบรับอัตโนมัติและด้วยเทคโนโลยีของเว็บทำให้ การเข้าถึงข้อมูลและบริการต่างๆ ในอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ตได้ง่ายดายและรวดเร็วขึ้น โดยผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ เพจเจอร์หรืออุปกรณ์ไร้สายอื่นๆ การที่เว็บเป็นมาตรฐานที่ใช้กันทั่วโลกหมายความว่าอุปกรณ์เว็บชนิดใดก็ตาม สามารถเข้าถึงบริการพื้นฐานของเว็บ ทำให้ง่ายต่อการเลือกใช้ เทคโนโลยีของผู้ใช้

### ผู้ให้บริการเว็บ

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่หรืออินเทอร์เน็ตไร้สายโดยใช้เทคโนโลยีเว็บมีผู้ให้บริการ สองราย คือบริษัท แอควานซ์ อิน โฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ใช้ชื่อว่า mobileLIFE และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ใช้ชื่อว่า djuiice โดยมีรายละเอียดและค่าใช้จ่ายของแต่ละบริการดังนี้ตามลำดับ

mobileLIFE<sup>12</sup> คือ เว็บไซต์บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ได้พัฒนาขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการใช้บริการข้อมูลต่างๆบนอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือในระบบจีเอสเอ็ม โดยมีการแยกหมวดของการให้บริการออกเป็นดังนี้

1) mSHOPPING

เป็นบริการการซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ ปัจจุบันมีสินค้าให้เลือกอยู่ 2 อย่าง คือตั๋วภาพยนตร์ในบริการ Movie Ticket และบริการการส่งดอกไม้จากร้าน MissLilly ได้ในบริการ FLOWER-4-U

2) mUP2DATE

เป็นบริการด้านข้อมูล ข่าวสาร และเหตุการณ์ต่างๆ ที่สำคัญ โดยข้อมูลจะมีการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยตลอดเวลา ประกอบไปด้วย ข่าวต่างประเทศ ข่าวภายในประเทศ ข่าวกีฬา ข่าวสารภาพยนตร์ ชะตาชีวิต แนะนำโปรแกรมชั้นต่างๆ ข่าวบันเทิง

3) My service

เป็นบริการการจัดเก็บบริการต่างๆของอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ที่ผู้ใช้เลือกใช้งานเป็นประจำเข้ามาไว้ใน My Services เพื่อสะดวกและรวดเร็วในการเรียกใช้บริการในแต่ละครั้ง

4) mMail

เป็นบริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถตรวจสอบ E-mail ของตนเองได้ นอกจากนั้น mMail ยังมีบริการการส่ง E-mail รวมไปถึงการส่งต่อและการตอบ E-mail ได้

5) mFun

เป็นบริการความบันเทิงต่างๆ ได้แก่ โลโก้ เสียงเรียกเข้า ภาพ ข้อมูลภาพยนตร์ เกมส์ ดวงชะตา ความรัก ลอตเตอรี่ ICQ กีฬา การ์ตูน สูตรอาหาร การ์ด เพลง แนะนำรายการทีวี ซูเปอร์โมเดล ข่าวการโปรโมชันของสินค้าต่างๆ

6) mINFO

เป็นบริการข้อมูลและเหตุการณ์สำคัญทั้งด้านธุรกิจ หลักทรัพย์ ข่าวการเมือง การเงิน การกีฬาอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย การสมัครงาน เบอร์โทรศัพท์ เช็คเที่ยวบิน รายงานสภาพการจราจร ข้อมูลการท่องเที่ยวและเดินทาง

<sup>12</sup> บริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ [Online]. Available: <http://www.mobilelife.co.th/mLIFE/u> [23 มิ.ย 45]

## 7) mCLOSE2ME

เป็นบริการที่ให้คำแนะนำเส้นทางเพื่อไปยังสถานที่ที่ต้องการไปภายในรัศมีไม่เกิน 5 กิโลเมตรจากตำแหน่งของผู้ใช้บริการ โดยเริ่มจากการเลือกสถานที่ปลายทางตามประเภทของสถานที่ อาทิ อาคาร ธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม โรงพยาบาล โรงแรม สถานีรถไฟ หรือแม้กระทั่งศูนย์บริการรถยนต์ เป็นต้น และระบุระยะทางที่ต้องการค้นหา (0-5 กิโลเมตร) จากนั้นระบบจะแสดงเส้นการเดินทางจากจุดที่ถูกเลือกไปยังจุดหมายปลายทางที่ต้องการ

## 8) mSEARCH

เป็นบริการที่ช่วยค้นหาข้อมูลที่คุณต้องการหรือเว็บไซต์ที่ต้องการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยแบ่งการค้นหาข้อมูลเป็น 4 แบบคือ Basic Search คือการค้นหาข้อมูลโดยการป้อนคำที่ต้องการค้นหา Advance Search คือการค้นหาข้อมูลที่สามารถกำหนดขอบเขตของการค้นหาเพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกับที่ต้องการค้นหามากที่สุด Channels คือการค้นหาข้อมูลตามหมวดหมู่ที่มีให้ 147 หมวดหมู่ และ Surf Utility คือ การค้นหาข้อมูลที่ต้องการโดยการป้อนชื่อเว็บไซต์

## 9) mSITE

เป็นบริการนำเสนอและเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์คุณภาพต่างๆทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ เพื่อการศึกษาค้นคว้าและความบันเทิง เว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสาร ยกตัวอย่างเช่น ANANOVA BREATH Club Mobile เป็นต้น เว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น Worldrooom Waptown เป็นต้นเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบันเทิง ยกตัวอย่างเช่น AUSWAP ccWAP PORTAL LYCOSASIA เป็นต้น การคิดค่าบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ในระบบเว็บของ mobileLIFE<sup>13</sup> นั้น โดยทั่วไปจะคิดค่าบริการตามเวลาใช้งานจริง (Air time) เสมือนกับการใช้งานโทรศัพท์เพื่อการสนทนา แต่สำหรับบางบริการจะมีการคิดค่าบริการเพิ่มเติมนอกเหนือจากค่าบริการตามเวลาใช้งานปกติ โดยสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ค่าบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ของ mobileLIFE = ค่าบริการตามเวลาจริงตามอัตราเดียวกับที่ใช้เพื่อการสนทนา (Air time)+ ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมสำหรับบางบริการดัง ตารางที่ 1

<sup>13</sup> การคิดค่าบริการในระบบเว็บ [Online]. Available: <http://www.mobilelife.co.th/mLIFE/t/ tariff.html>

ตารางที่ 1 แสดงค่าบริการเพิ่มเติมนอกเหนือจากค่าบริการตามเวลาใช้งานจริงของ AIS

บริการ mFUN	ค่าบริการ
ค่าบริการยังไม่รวม VAT 7% ค่าAirtime และ Data Transmission โดยจะเก็บค่าบริการหลังจากได้รับภาพ / เสียงเรียกเข้า เรียบร้อยแล้ว	
My Logo	10 บาทต่อครั้ง
My Ringtone	10 บาทต่อครั้ง
Mcard	10 บาทต่อครั้ง
Background	ภาพสี 20 บาท / ภาพขาว - ดำ 10 บาท
บริการ mSHOPPING	ค่าบริการ
ค่าบริการ ยังไม่รวมค่า Airtime และ Data Transmission	
Movie Ticket	6 บาท
Ticket Info	4 บาท
Check Credit	4 บาท
Change Password	4 บาท
บริการ mUP2DATE	ค่าบริการรายเดือน
International News by Reuters	120 บาท
Local News/English Version by the Nation	200 บาท
Local News/Thai Version by the Nation	100 บาท
Local News/Thai Version by Daily news	50 บาท
Football package A/ Any League / Monthly by HotLeague.com	50 บาท
Football Package B/ Any League / All Season by HotLeague.com	300 บาท
Movie Information By Pappayon.com	50 บาท
Horoscope /Sunday By Mor Yong	60 บาท
Horoscope / Monday by Mor Yong	60 บาท
Horoscope / Tuesday by Mor Yong	60 บาท
Horoscope / Wednesday by Mor Yong	60 บาท



Horoscope/ Thursday by Mor Yong	60 บาท
Horoscope / Friday by Mor Yong	60 บาท
Horoscope / Saturday by Mor Yong	60 บาท

หมายเหตุ : 1. ค่า Data transmission หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมต่างๆ อาทิเช่น การโอนเงิน การซื้อสินค้า ซึ่งค่าใช้จ่ายนี้จะถูกกำหนดจากธนาคารหรือร้านค้าที่ได้ทำธุรกรรมด้วย

2. อัตราค่าบริการเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ 2545

djuice™<sup>14</sup> คือ เว็บไซต์บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ได้พัฒนาขึ้นเพื่อให้บริการข้อมูลต่างๆบนอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เว็บในระบบจีเอสเอ็มในปัจจุบันได้แยกหมวดของการให้บริการออกเป็นดังนี้

1) What's hot

เป็นบริการข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจและทันสมัย อาทิเช่น ภาพยนตร์ใหม่ๆ ผลการแข่งขันกีฬา โปรโมชั่นจากผู้ให้บริการ เป็นต้น

2) Email

เป็นบริการรับและส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ด้วย djuice E-mail Yahoo! Mail Send mail DTAC mail Thatweb และ POP3 mail

3) Movies

เป็นบริการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารของคาราโอเกะ การตรวจสอบโปรแกรม ภาพยนตร์ โปรแกรมเคเบิลทีวีและวีดีโอจาก Tsutaya เป็นต้น

4) Finance

เป็นบริการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารทางการเงิน อาทิเช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ข้อมูลหุ้นและการเคลื่อนไหวของหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ อัตราดอกเบี้ย และนอกจากนั้นผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้กับธนาคารเอเชียและธนาคารกรุงศรีอยุธยา

5) Dcool

เป็นบริการที่นำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจและเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในและนอกประเทศ

6) Fun&Game

เป็นบริการนำเสนอความบันเทิงต่างๆ อาทิเช่น อิเล็กทรอนิกส์การ์ด การ์ตูน ตรวจโชคชะตาชีวิต ดาวนั้โหลด โลโก้ เสียง รูปภาพ เกมส์ เป็นต้น

<sup>14</sup> Djuice [Online]. Available: <http://www.dtac.co.th/> [23 มิ.ย 45]

## 7) News

เป็นบริการข่าวสารสถานการณ์ความเคลื่อนไหวจากข้อมูลข่าวเดี๋ยวกั้นใน  
และต่างประเทศ

## 8) Sports

เป็นบริการข่าว ข้อมูลและผลกีฬาของกีฬาดังหลายประเภท อาทิเช่น  
ฟุตบอล อเมริกันฟุตบอล กอล์ฟ บาสเกตบอล เทนนิส รถแข่ง เป็นต้น

## 9) Yahoo!

เป็นบริการที่เชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์ของ Yahoo ซึ่งจะมีบริการการต่างๆ  
มากมาย ประกอบไปด้วย Y! Messenger chat Yahoo! ID Y! Messenger Tips Y! Mail Y!  
Sports Y! Games Y! Calendar Y! Directory Y! News Y! Finance

## 10) Search / Information

เป็นบริการที่นำเสนอและช่วยค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ อาทิ ร้านอาหาร  
ตารางสายการบิน ข่าวสมัครงาน สภาพอากาศ เป็นต้น

## 11) Shopping

เป็นบริการข้อมูลการซื้อขายสินค้า การประมูลสินค้าและข่าวการลดราคา  
ของสินค้าและบริการต่างๆ

## 12) Beyond Djvice

เป็นบริการที่นำเสนอและเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์ทั้งในและต่างประเทศ  
เพื่อการค้นหาข้อมูลข่าวสารหรือเพื่อความบันเทิง

การคิดค่าบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ในระบบเว็บของ Djvice นั้น จะคิดค่าบริการตาม  
เวลาใช้งานจริง(Air time) เสมือนกับการใช้งานโทรศัพท์เพื่อการสนทนา ดังมีโครงสร้างการคิดค่า  
บริการดังนี้

ค่าบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ของ Djvice = ค่าบริการตามเวลาจริงตามอัตราเดียวกับที่ใช้  
เพื่อการสนทนา (Air time)

ยกตัวอย่างเช่น ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการ Dprompt ซึ่งมีค่าบริการโทรศัพท์เพื่อการสนทนา  
เท่ากับ 5 บาทต่อนาที ได้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นเวลา 3 นาทีกับ 30 วินาที ผู้ใช้บริการจะมีค่าใช้จ่าย  
เกิดขึ้นเท่ากับ 17.5 บาท (5 บาท\*3.5 นาที)

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เดชา ล้วนโค<sup>15</sup> ศึกษาทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตพบว่า ส่วนใหญ่เพศชายมีอายุระหว่าง 20-24 ปี ศึกษาอยู่ในกลุ่มสาขาสังคมศาสตร์มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตจากมหาวิทยาลัยและร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตร่วมกันมากที่สุด มีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 60-90 นาทีต่อครั้ง และใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุดใช้อินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 16.01-20.00 น. ของทุกวันมากที่สุด ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อรับข่าวสาร

มาลัย หงษาครประเสริฐ<sup>16</sup> ศึกษาการใช้บริการวิทยุโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านเครือข่ายของการสื่อสารแห่งประเทศไทยในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ใช้งานเฉลี่ยมากที่สุดคือ 7-9 ครั้งต่อวันและให้ความสำคัญกับปัจจัยประสิทธิภาพของบริการ

สนอง น้าชื่น<sup>17</sup> ศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ (78.5%) เป็นเพศชาย มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน และรองลงมา (27.0%) เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยหรือสถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบปริญญาตรี(60.3%) และสูงกว่าปริญญาตรี (17%) ด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (47.4%) ใช้อินเทอร์เน็ตมาแล้ว 1-3 ปี (20.6%) ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยมากกว่า 20 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยมากกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์(30%) และเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจากบ้าน (50.7%) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ใช้รับส่งอีเมล (21.1%) รองลงมาใช้ดาวน์โหลดข้อมูลหรือซอฟต์แวร์ (19.3%) และเพื่อการบันเทิง (18.6%) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต (79.3%) สำหรับกลุ่มที่เคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ใช้จอง โรงแรม/ท่องเที่ยว (31.1%) ปัจจัยที่มีอิทธิพล 5 อันดับแรกได้แก่ การเสียเวลารอคอยระหว่างการดาวน์โหลดข้อความหรือภาพบน Web page (4.23%) ความเร็วในการเชื่อมต่อเข้าเครือข่าย (4.17%) การอัปเดตข้อมูลเนื้อหาบน

<sup>15</sup> เดชา ล้วนโค. “ศึกษาทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่” การค้นคว้าวิจัยอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2544.

<sup>16</sup> มาลัย หงษาครประเสริฐ “ศึกษาการใช้บริการวิทยุโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านเครือข่ายของการสื่อสารแห่งประเทศไทยในจังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าวิจัยอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2538.

<sup>17</sup> สนอง น้าชื่น “ศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย” การค้นคว้าวิจัยอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2541.

Web page ให้ทันสมัย (4.16%) อัตราค่าใช้บริการเป็นสมาชิก ISP (4.15%) การออกแบบ Browser ที่  
ง่ายต่อการใช้งาน (4.12%)

พงษ์ศักดิ์ ตันวิสูตร<sup>18</sup> ศึกษาความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่  
ของลูกค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมุ่งเน้นอิน  
เทอร์เน็ตที่ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยีจีพีอาร์เอส (General Packet Radio Service-  
GPRS) พบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความต้องการระดับ  
มากในเรื่อง เครื่องโทรศัพท์ต้องมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพสูง มีหลายยี่ห้อ หลาย  
รุ่น หลายแบบให้เลือกและความหลากหลายในด้านบริการข้อมูลข่าวสารต่างๆที่ทันสมัย รวดเร็ว  
เช่นในเรื่องข่าวธุรกิจ กีฬา การบันเทิง เป็นต้น ด้านราคาพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบโทรศัพท์  
เคลื่อนที่ที่มีความต้องการระดับมากในเรื่อง การได้ใช้บริการโดยไม่ต้องเสียค่าสมัครและเสียค่า  
บริการเป็นรายเดือน รวมทั้งราคาของผลิตภัณฑ์และบริการต้องมีหลายระดับราคาให้เลือก ด้านการ  
จัดจำหน่ายพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความต้องการระดับมากในเรื่อง  
การจัดรูปแบบสถานที่การบริการให้เป็นสัดส่วน การให้บริการที่สะดวกและรวดเร็วรวมทั้งต้องมี  
หลายสาขาให้เลือกใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบโทรศัพท์  
เคลื่อนที่ที่มีความต้องการระดับมากในเรื่อง การรับประกันสินค้าและการตรวจสอบ พร้อมทั้งการรับ  
แลกเปลี่ยนสินค้า เมื่อสินค้ามีปัญหาหรือบกพร่อง อีกทั้งต้องการให้มีการสื่อในรูปแบบต่างๆเพื่อ  
ให้เข้าใจถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทต้องการจะออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด ด้านบุคลากรพบ  
ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความต้องการระดับมากในเรื่อง การต้อนรับตลอด  
จนการให้คำแนะนำในด้านข้อมูลและการช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาจากพนักงานที่คอยให้  
บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความ  
ต้องการระดับมากในเรื่อง ความปลอดภัยในระบบป้องกันการลักลอบจูนสัญญาณ โทรศัพท์ ตลอด  
จนกระบวนการให้บริการที่มีความสะดวกรวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือได้ และสามารถ  
ในการให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน  
ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความต้องการระดับมากในเรื่อง บริษัทผู้ให้บริการต้องมีเครือข่าย  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ครอบคลุมทั่วประเทศและศูนย์บริการต้องตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อได้สะดวก รวม  
ถึงเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ต้องใช้มีคุณภาพที่ทันสมัย

<sup>18</sup> พงษ์ศักดิ์ ตันวิสูตร “ศึกษาความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้า  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ จี เอส เอ็ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าวิจัยอิสระบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2545.