

การวิเคราะห์การใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ
เศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กรกฎาคม 2558

การวิเคราะห์การใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ
เศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย



ธนิกุล บุญศรีตัน

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม

หลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กรกฎาคม 2558

การวิเคราะห์การใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ
เศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย

ธนิกุล บุญศรีตัน

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบ

คณะกรรมการที่ปรึกษา

กัณฑ์พงษ์ ช่างจิตร

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร. กัณฑ์พงษ์ ช่างจิตร)

.....

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(รศ.ดร. คมสัน สุริยะ)

..... กรรมการ

(รศ.ดร. คมสัน สุริยะ)

.....

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(รศ.ดร. นิสิต พันธมิตร)

..... กรรมการ

(รศ.ดร. นิสิต พันธมิตร)

7 กรกฎาคม 2558

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความอนุเคราะห์ของ รองศาสตราจารย์ ดร. คมสัน สุริยะ ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ให้โอกาสข้าพเจ้าในการศึกษาครั้งนี้ และกรุณาเสียสละเวลาให้คำแนะนำ ให้ความรู้ ให้คำชี้แนะแนวทาง และข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ให้ความช่วยเหลือและให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดียิ่ง รวมถึงการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ข้าพเจ้าจึงขอขอบพระคุณท่านและครอบครัวเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. นิสิต พันธมิตร กรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ และอาจารย์ ดร. กันตพร ช่วงจิต กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ในฐานะที่เป็นกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระนี้ ที่ได้สละเวลาพร้อมทั้งให้คำแนะนำที่มีคุณค่าต่อการศึกษา พร้อมทั้งตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นอันส่งผลให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่านรวมถึงอาจารย์คณะมนุษยศาสตร์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ทางด้านเศรษฐศาสตร์และความรู้ด้านภาษาอังกฤษให้แก่ข้าพเจ้า ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะเศรษฐศาสตร์ทุกท่าน เจ้าหน้าที่บรรณารักษ์ทั้งของห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์และหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เจ้าหน้าที่ของสถาบันภาษาและบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือบริการ ประสานงานต่างๆ ตลอดจนอำนวยความสะดวกให้แก่ข้าพเจ้าเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ดูแลข้าพเจ้าเป็นอย่างดี ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจตลอดระยะเวลาที่ได้ทำการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม รวมทั้งขอขอบคุณประธานรุ่นและเพื่อนนักศึกษาปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ (ภาคพิเศษ) รุ่นที่ 20 ทุกคนที่ให้คำปรึกษา และให้ความช่วยเหลือในการศึกษาครั้งนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ทั้งนี้ หากการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้มีความผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าขออภัยเป็นอย่างสูงในข้อผิดพลาดนั้น และขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ธนิกุล บุญศรีตัน

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	การวิเคราะห์การใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย	
ผู้เขียน	นางสาวธนิกุล บุญศรีตัน	
ปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต	
คณะกรรมการที่ปรึกษา	รศ.ดร. คมสัน สุริยะ รศ.ดร. นิสิต พันธมิตร	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์การใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล ศึกษาปัจจัยกำหนดการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล และวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลกับความกินคืออยู่ดีของบุคคล โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูลจำนวน 444 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา เพื่อบรรยายผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล ประกอบกับวิธี Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยวิธี Ordered Probit เพื่อหาผลกระทบของการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลกับความกินคืออยู่ดีของบุคคล

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสถานที่ทำงานอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด จำนวนร้อยละ 60.81 โดยส่วนใหญ่แล้วจะใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน มากกว่าร้อยละ 75 และจะใช้อินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. มากกว่าร้อยละ 80 และมีการใช้แอปพลิเคชันไลน์ (Line) มากที่สุด โดยมีการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์โซเชียลมีเดีย มากกว่าร้อยละ 89 เพื่อกิจกรรมในการการพบปะพูดคุยคุยโทรศัพท์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ มากกว่าร้อยละ 75 และพบว่ามีค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมการซื้อขายหุ้นออนไลน์โดยเฉลี่ยเท่ากับ 55,974.75 บาท/เดือน ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ใช้เพื่อความบันเทิงเท่านั้น ยังไม่ได้มีการนำประโยชน์และคุณค่าของอินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อแสวงหาความรู้เพิ่มเติม หรือสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้นอย่างแท้จริง ส่วนด้านผลกระทบของการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลกับความกินคืออยู่ดีของบุคคล พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่าย

ด้านสื่อโฆษณาน้อย มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์และซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์มาก จะมีความสุขด้านความอุดมสมบูรณ์ของอาหารการกินที่มากกว่า และพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์น้อย และมีค่าใช้จ่ายในดาวน์โหลดข้อมูลมาก จะมีความสุขในการทำงานที่มากกว่า ส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์มาก จะมีความสุขในการทำงานอดิเรกที่มากกว่า และพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์น้อย จะมีครอบครัวที่มีความสุขที่มากกว่า ส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications มาก จะมีความสุขจากการสร้างรายได้ ได้อย่างมากมาย (รายได้เสริม) ที่มากกว่า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	An Analysis of Digital Economy Related Personal Expenditure in Thailand	
Author	Ms. Thanikul Boonsriton	
Degree	Master of Economic	
Advisory Committee	Assoc.Prof.Dr. Komsan Suriya	Advisor
	Assoc.Prof.Dr. Nisit Pantamit	Co-advisor

ABSTRACT

An Analysis of Digital Economy Related Personal Expenditure in Thailand has an aim to survey personal expenditure that is related to digital economy, to study factors that determine digital economy related personal expenditure, and to analyze the impact of such personal expenditure on an individual's wellbeing. An online questionnaire is used as a data collection method for 444 samples. The data is analyzed through a descriptive statistics approach to describe the survey results. Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) is also used to study the factors affecting personal expenditure related to digital economy, while ordered probit is the analysis method to identify the impact of digital economy related personal expenditure on an individual's wellbeing.

According to the study results, those having their workplace in Chiang Mai represent the majority of the samples (60.81 percent). Most of them use the Internet at home (more than 75 percent) and more than 80 percent use the Internet during 18.01 – 24.00. LINE is the most popular application. More than 89 percent of the samples use the Internet through social media websites. The most common purposes are for chatting, making phone calls, and social networking (more than 75 percent). The average spending through online trading is 55,974.75 baht per month. Most of the samples use the Internet for entertainment and have not benefited from the Internet by using it for learning or increasing income. On the impact of digital economy related personal expenditure on individuals' wellbeing, the study found that Internet users who spend little on advertising media and much on online trading and air ticket purchase are happier in terms of dining. Meanwhile, those

who have small expenditure on online learning and large expenditure on downloads are happier working. Internet users whose large portion of spending is on online air ticket purchase are happier doing hobbies, while those who spend little on movies have a happier family. On the other hand, Internet users who spend much on applications are happier from generating higher extra incomes.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	10
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	10
1.4 ขอบเขตการศึกษา	10
1.5 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	10
1.6 นิยามศัพท์	11
บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี	12
2.2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	22
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
3.2 วิธีการศึกษา/วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	23
3.3 กรอบแนวคิดของการศึกษา/แบบจำลอง	25
บทที่ 4 ผลการศึกษา	33
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	33

4.2	วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ เศรษฐกิจดิจิทัล ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)	41
4.3	วัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ เศรษฐกิจดิจิทัลกับความกินคืออยู่ดีของบุคคล ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล แบบ Ordered Probit	44
บทที่ 5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ	47
5.1	ข้อสรุป	47
5.2	ข้อเสนอแนะ	53
เอกสารอ้างอิง		55
ภาคผนวก		57
	ภาคผนวก ก ตาราง	58
	ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	124
ประวัติผู้เขียน		128

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่ใช้อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ พ.ศ. 2553 - 2557	2
ตารางที่ 1.2 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่เคยอดหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามสินค้าและบริการ	4
ตารางที่ 1.3 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่เคยอดหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเหตุผล	5
ตารางที่ 1.4 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่เคยอดหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามสินค้าและบริการ	6
ตารางที่ 1.5 ร้อยละของครัวเรือนที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อเดือน	7
ตารางที่ 1.6 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ พ.ศ. 2553 - 2557	8
ตารางที่ 3.1 สรุบบแบบจำลองและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาแต่ละจุดประสงค์	23
ตารางที่ 3.2 ตัวอย่างการวัดความกินดีอยู่ดีแบบ Subjective Well being (SWB)	27
ตารางที่ 4.1 จังหวัดที่เป็นสถานที่ทำงานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 444 ราย	34
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 444 ราย	35
ตารางที่ 4.3 ข้อมูลสถานที่ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 444 ราย	36
ตารางที่ 4.4 ข้อมูลการใช้แอปพลิเคชันในการใช้เว็บไซต์โซเชียลมีเดียของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 444 ราย	36
ตารางที่ 4.5 ข้อมูลกิจกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 444 ราย	37
ตารางที่ 4.6 ข้อมูลค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านี้บาทต่อเดือน (ค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อเดือนซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นค่าใช้จ่ายที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 444 ราย	39

ตารางที่ 4.7	ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล	49
ตารางที่ 4.8	ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคล	52



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1. แสดงกรอบแนวคิดหลักในการวิเคราะห์การใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย	25



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

Digital Economy คือ เศรษฐกิจแบบดิจิทัลที่นำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลหรือเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในระบบเศรษฐกิจรวมถึงกิจกรรมการค้าที่มีลักษณะของการนำเอาระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นสื่อกลางทางการค้า ที่เรียกว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือ E-Commerce ตามที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศพาณิชย์ ได้ให้คำจำกัดความของคำว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินธุรกิจการค้าทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านทางคอมพิวเตอร์และระบบสื่อสารโทรคมนาคมหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์

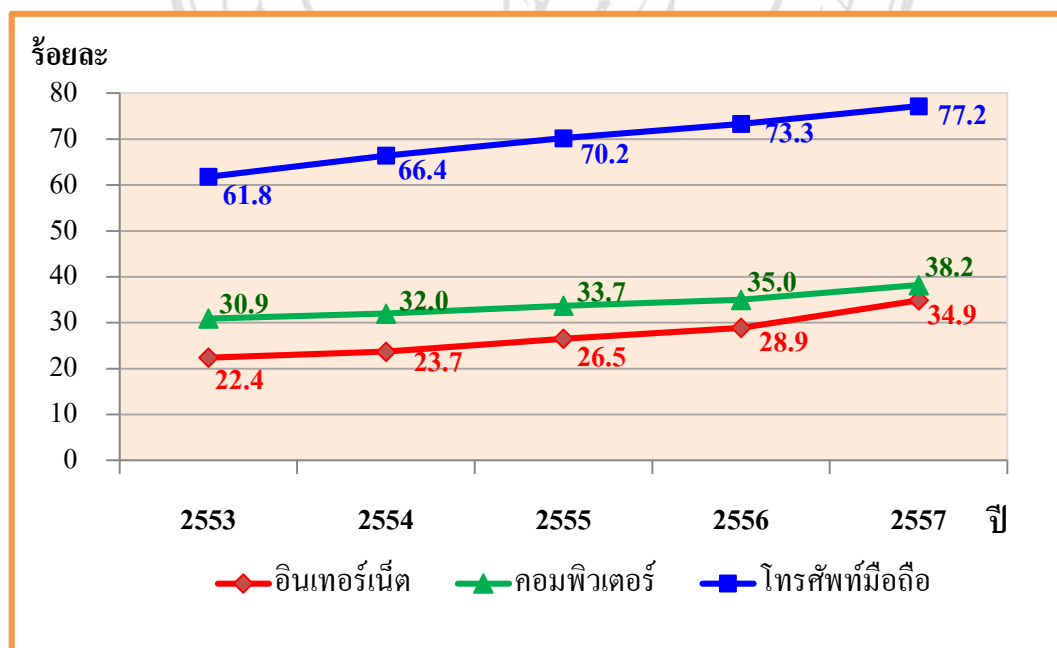
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (สุชาดา กิระนันท์, 2541) หมายถึง ระบบของคอมพิวเตอร์ที่ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ได้แก่ ระบบคอมพิวเตอร์ทั้งฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ระบบเครือข่าย ฐานข้อมูล ผู้พัฒนาระบบ ผู้ใช้ระบบ พนักงานที่เกี่ยวข้อง และผู้เชี่ยวชาญในสาขา ทุกองค์ประกอบนี้ทำงานร่วมกันเพื่อกำหนด รวบรวม จัดเก็บข้อมูล ประมวลผลข้อมูลเพื่อสร้างสารสนเทศและส่งผลลัพธ์หรือสารสนเทศที่ได้ให้ผู้ใช้เพื่อช่วยสนับสนุนการทำงาน การตัดสินใจ การวางแผน การบริหาร การควบคุม การวิเคราะห์และติดตามผลการดำเนินงานขององค์กร โดยเมื่อกล่าวถึงระบบคอมพิวเตอร์จะประกอบด้วย 2 ส่วนประกอบหลัก ได้แก่ ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ โดยฮาร์ดแวร์ คือ อุปกรณ์ต่างๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ มีลักษณะเป็นโครงร่างสามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมและสัมผัสจับต้องได้ เช่น จอภาพ คีย์บอร์ด เครื่องพิมพ์ เมาส์ เป็นต้น โดยอุปกรณ์แต่ละประเภทจะมีหน้าที่การทำงานแตกต่างกันออกไป ส่วนประกอบที่สำคัญของระบบคอมพิวเตอร์ส่วนต่อมา คือ ซอฟต์แวร์ เป็นส่วนประกอบของคอมพิวเตอร์ที่เราไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้ ซึ่งเป็นชุดคำสั่งหรือโปรแกรม (Program) ที่เขียนขึ้นเพื่อให้คอมพิวเตอร์ทำงานได้ ซอฟต์แวร์จึงเปรียบเสมือนตัวกลางซึ่งคอยเชื่อมระหว่างคำสั่งจากผู้ใช้งานกับคอมพิวเตอร์ให้สามารถเข้าใจกันได้

จากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2557 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ ETDA พบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียของคนไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ยการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มสูงขึ้นเป็น

50.4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือใช้เวลาโดยประมาณ 7.2 ชั่วโมงต่อวัน หรืออาจกล่าวได้ว่าคนไทยใช้เวลา 1 ใน 3 ของวันในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้งานผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่มากกว่าคอมพิวเตอร์ และจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ปี 2556 มียอดขายสินค้าและบริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือการค้าขายผ่านช่องทางออนไลน์รวมทั้งสิ้นประมาณ 768,014 ล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของการสื่อสารในประเทศไทย ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประชากรไทยที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป ประมาณ 62.3 ล้านคน ระหว่างปี 2553-2557 พบว่า คนไทยส่วนใหญ่ประมาณ 48.1 ล้านคน มีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 61.8 เป็นร้อยละ 77.2 อันดับรองลงมาที่มีการใช้คอมพิวเตอร์ประมาณ 23.8 ล้านคน หรือ (ร้อยละ 38.2) และมีใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 21.7 ล้านคนหรือ (ร้อยละ 34.9) ดังที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่ใช้อินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์มือถือ พ.ศ. 2553 - 2557



ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557)

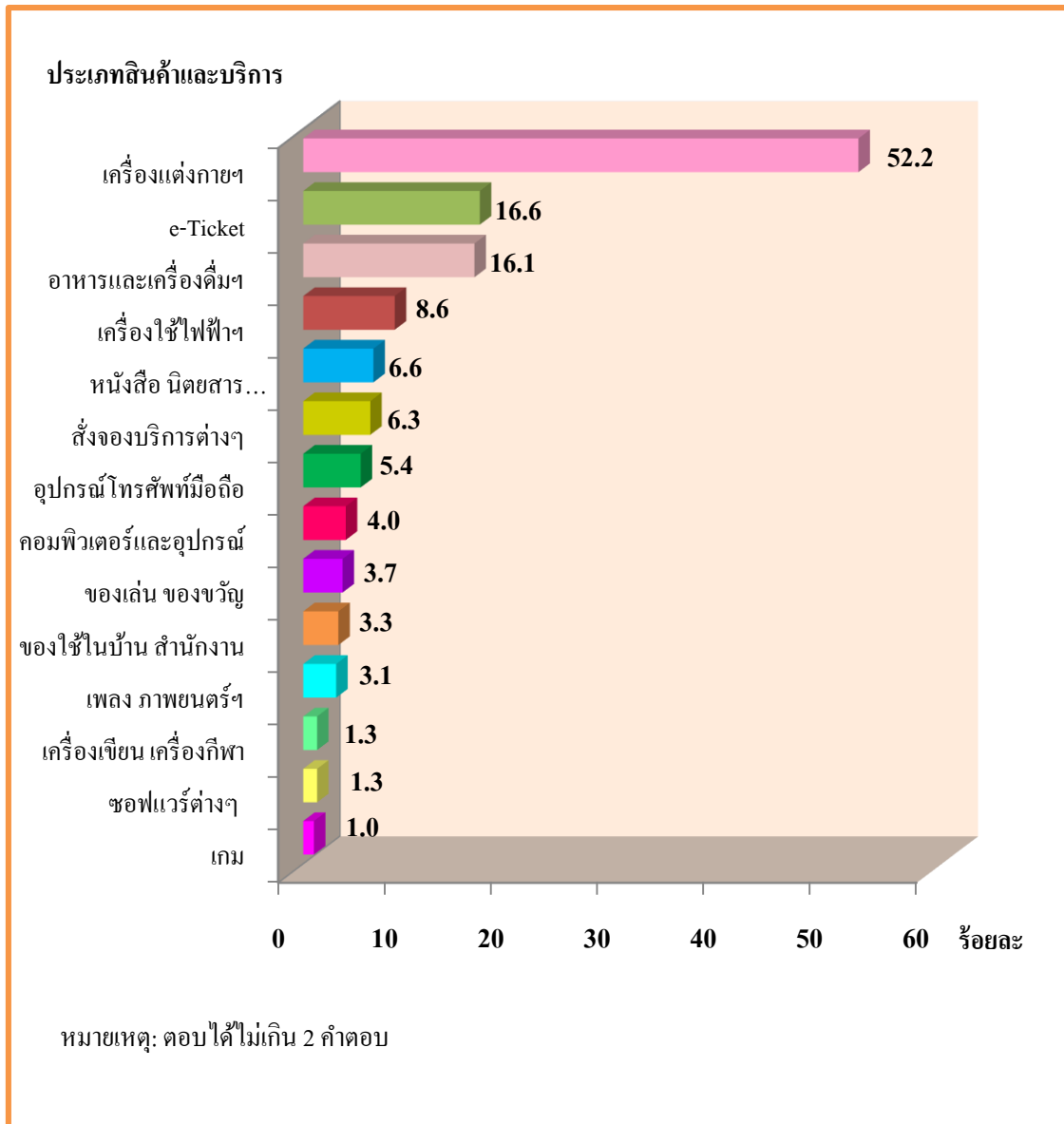
จากจำนวนผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารไม่ได้จำกัดอยู่ในวงการศึกษาและการวิจัยเท่านั้น แต่ยังมีการขยายตัวในรูปของการให้บริการผ่านธุรกิจการให้บริการอีกด้วย ทำให้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทต่อการ

ดำเนินชีวิตของคนไทยมากขึ้น ซึ่งหากพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการประกอบธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพแล้วจะทำให้ผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่างๆ ได้ทั่วโลก อย่างสะดวก รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่นอกเหนือไปจากค่าใช้จ่ายบริการอินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังเป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปถึงร้านค้าหรือพบปะกับผู้ผลิต ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตเองก็สามารถโฆษณาสินค้าและบริการไปยังตลาดต่างๆ ได้ทั่วโลกสามารถเข้าถึงผู้ซื้อได้จำนวนมากเช่นกัน ซึ่งเป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ช่วยลดต้นทุนจากปัจจัยการผลิต เพราะไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางและประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดหาสถานที่ตั้งร้านค้า ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้าเมื่อผู้ผลิตและผู้บริโภคต่างได้รับความพอใจที่มากขึ้นย่อมแสดงถึงการจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลทำให้คนในสังคมไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นตามไปด้วย

เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตมวลรวมของประเทศ เริ่มต้นจากการวางรากฐานของเศรษฐกิจ คือ Knowledge Economy หรือเศรษฐกิจบนพื้นฐานของความรู้ ตามด้วย Creative Economy หรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับสินค้าและบริการผ่านทางนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ซึ่งจะทำให้ทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจไทยเกิดความก้าวหน้าไปพร้อมๆ กัน และสามารถแข่งขันกับเศรษฐกิจสมัยใหม่ในเศรษฐกิจโลกได้ ทั้งนี้ การใช้ดิจิทัลจะต้องสามารถรองรับการให้บริการแก่ภาคธุรกิจการเงินและภาคธุรกิจบริการอื่นๆ ภาคการสื่อสาร บันเทิง รวมถึงเพื่อรองรับการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมอีกด้วย

ทั้งนี้พบว่าในจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 21.7 ล้านคน ส่วนใหญ่ร้อยละ 93.6 เป็นผู้ที่ไม่เคยจองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตสูง และมีเพียงร้อยละ 6.4 เป็นผู้ที่เคยจองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต บ่งบอกว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นในการสั่งจองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้แล้วสำนักงานสถิติแห่งชาติ ยังได้มีการสำรวจประเภทของสินค้าและบริการที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเคยจองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต โดย 5 อันดับแรก พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 52.2 เคยจองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตประเภทเครื่องแต่งกาย/เครื่องประดับ อันดับรองลงมาร้อยละ 16.6 สินค้าประเภท E-ticket มีร้อยละ 16.1 ใช้เพื่อบริโภคสินค้าประเภทอาหารเครื่องดื่ม สินค้าสุขภาพ ร้อยละ 8.6 ใช้เพื่อสั่งซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และมีเพียงร้อยละ 6.6 ที่ใช้ในการเพิ่มพูนความรู้และข้อมูลข่าวสารด้านหนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตในการสั่งซื้อสินค้ามีการสั่งซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยเป็นส่วนใหญ่ ส่งผลกระทบให้ครัวเรือนมีค่าใช้จ่ายในสินค้าสินค้าฟุ่มเฟือยที่สูงขึ้น ในขณะที่ยอดการสั่งซื้อสินค้าและบริการในด้านสินค้าประเภทเพิ่มพูนความรู้ ข้อมูลข่าวสารค่อนข้างต่ำ ดังที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 1.2

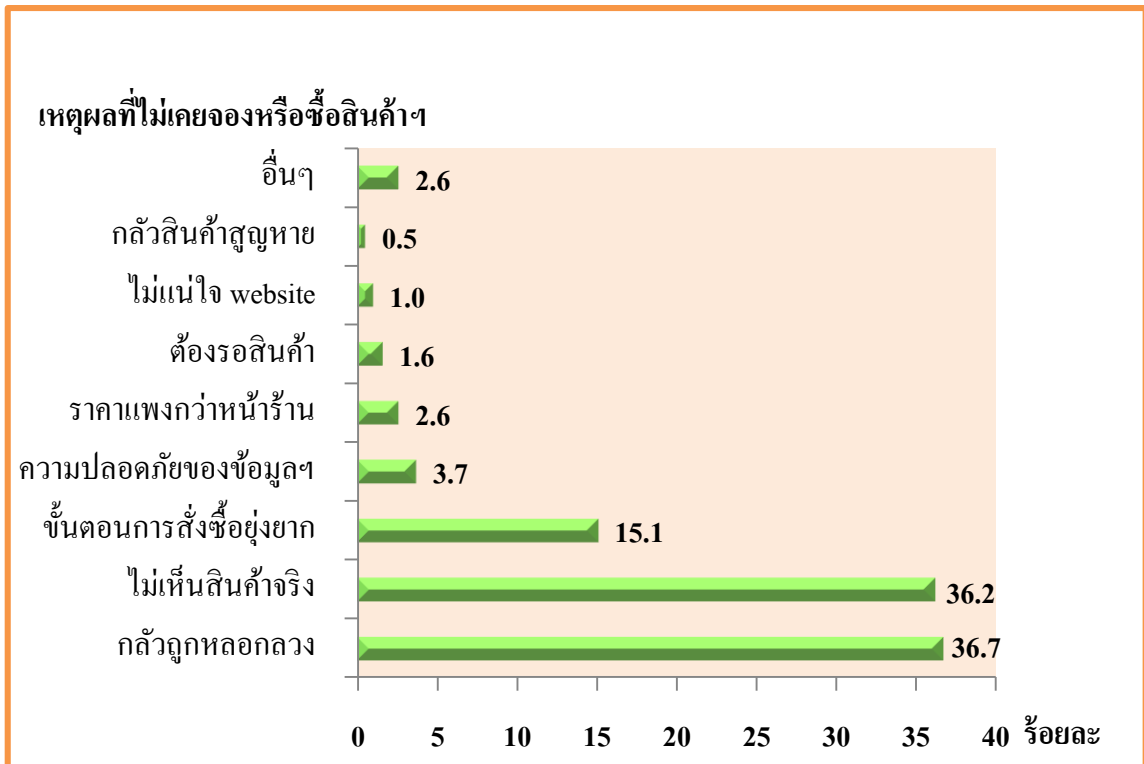
ตารางที่ 1.2 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่เคยจองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามสินค้าและบริการ



ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557)

สำหรับเหตุผลของผู้ที่ไม่เคยจองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต 5 อันดับแรก พบว่าส่วนใหญ่เกิดจากกลัวถูกหลอกหลวง ถึงร้อยละ 36.7 อันดับรองลงมาร้อยละ 36.2 เนื่องจากไม่เห็นสินค้าที่เป็นของจริง มีร้อยละ 15.1 เกิดจากการมีขั้นตอนการสั่งซื้อที่ยุ่งยาก ร้อยละ 3.7 เกิดจากขาดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวและบัตรเครดิต และมีร้อยละ 2.6 พบว่าสินค้านี้มีราคาแพงกว่าราคาหน้าร้าน บ่งบอกให้เห็นว่าผู้บริโภคไม่มั่นใจในระบบการรักษาความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ว่ามีอยู่จริงหรือไม่ ดังที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 1.3

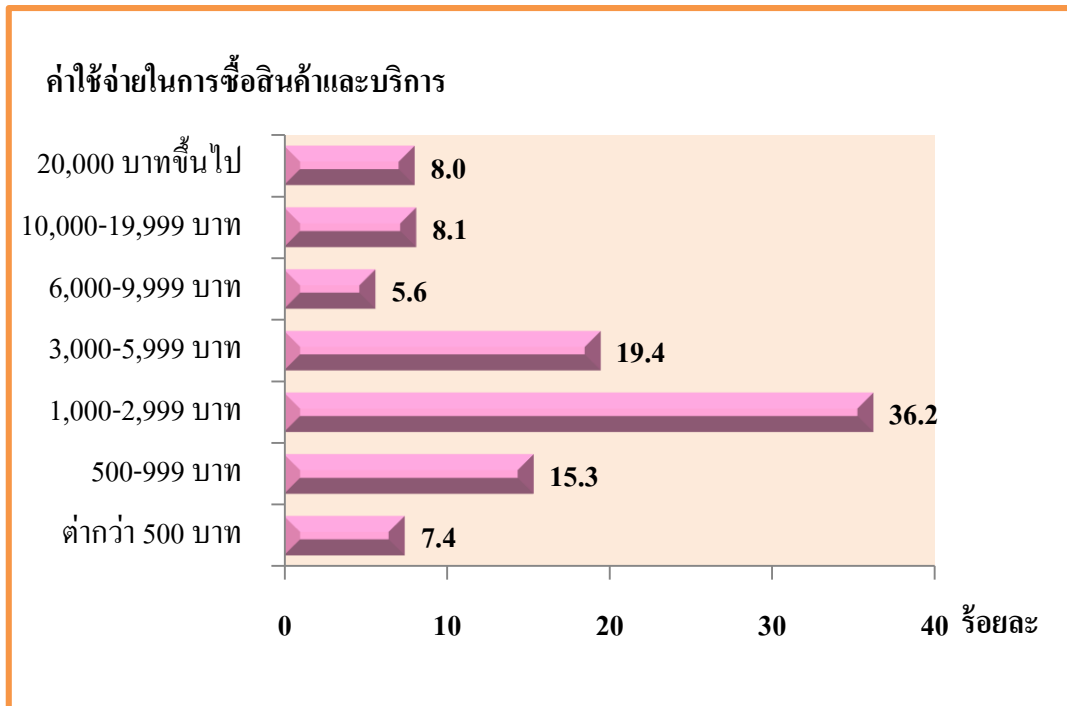
ตารางที่ 1.3 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่เคยจองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเหตุผล



ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557)

เนื่องด้วยผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต ย่อมส่งผลทำให้ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้าน้อยตามประกอบกับประชากรไทยส่วนใหญ่ยังคงมีความเลื่อมล้ำทางด้านรายได้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อย จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตของผู้ที่เคยจองหรือซื้อทางอินเทอร์เน็ตในรอบปีที่ผ่านมา มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก ซึ่งส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายอยู่เพียง 1,000 - 2,999 บาท เท่ากับร้อยละ 36.2 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 3,000-5,999 บาท เท่ากับร้อยละ 19.4 มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 500 - 999 บาท เท่ากับร้อยละ 15.3 และมีค่าใช้จ่ายระหว่าง 10,000-19,999 บาทขึ้นไป เท่ากับร้อยละ 8.1 ดังที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 1.4

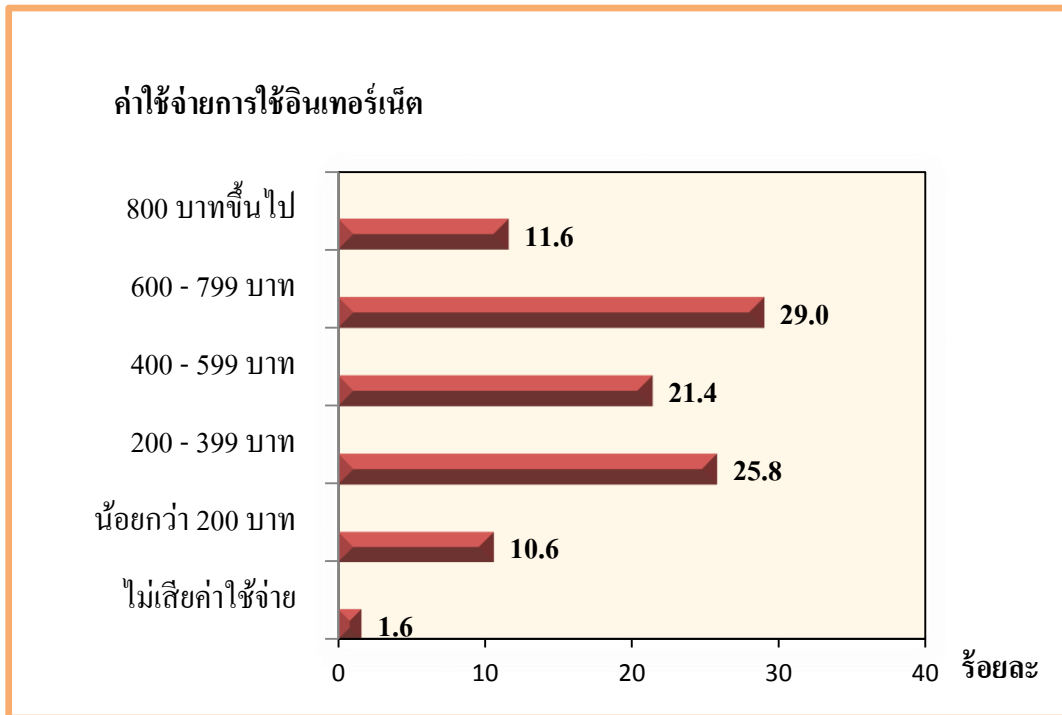
ตารางที่ 1.4 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่เคยจองหรือซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต
จำแนกตามสินค้าและบริการ



ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557)

สำหรับค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตของครัวเรือน (ไม่รวมค่าโทรศัพท์) เฉลี่ยต่อเดือน 5 อันดับแรกพบว่ามีจำนวนครัวเรือนที่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุดที่สุด คือ 600 – 799 บาท คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมามีครัวเรือนที่เสียค่าใช้จ่าย 200-399 บาท เท่ากับร้อยละ 25.8 มีครัวเรือนที่เสียค่าใช้จ่ายระหว่าง 400 – 599 บาท ร้อยละ 21.4 เสียค่าใช้จ่ายมากกว่า 800 บาทขึ้นไป ร้อยละ 11.6 และมีครัวเรือนที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท เท่ากับร้อยละ 10.6 ดังที่ได้แสดงไว้ใน ตารางที่ 1.5

ตารางที่ 1.5 ร้อยละของครัวเรือนที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อเดือน

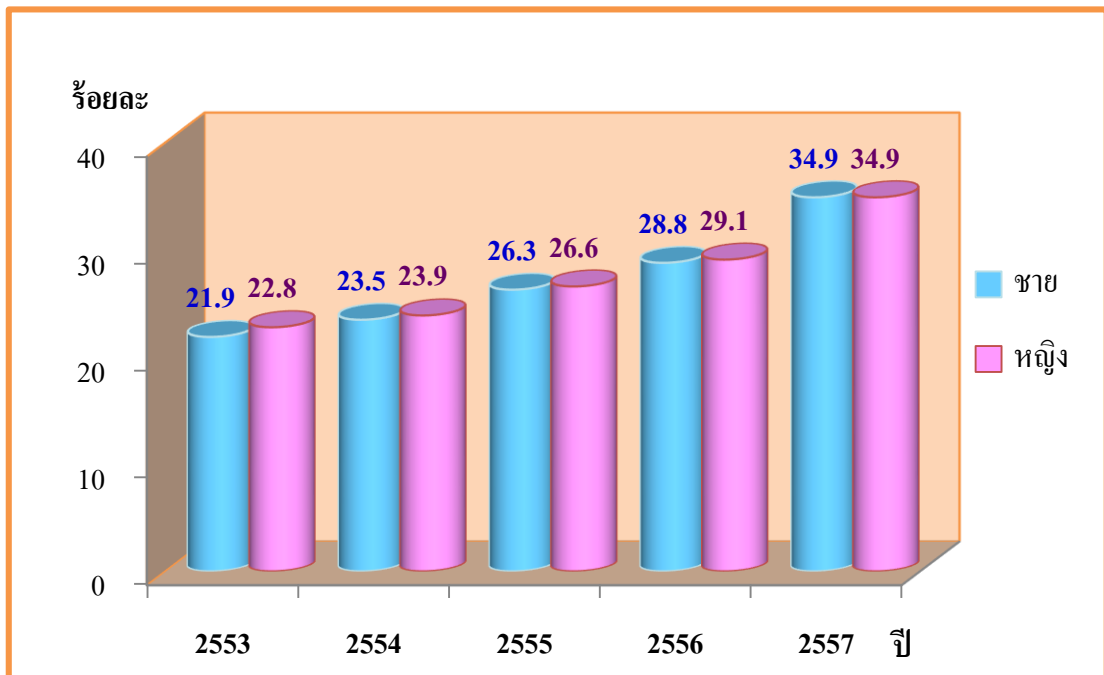


ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557)

ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่า ประชากรไทยส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อยแต่กลับมีค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ค่อนข้างสูง แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นของครัวเรือนที่จะต้องมีการใช้อินเทอร์เน็ต ในการดำรงชีวิตประจำวัน ส่วนกิจกรรมที่ใช้พบว่าส่วนใหญ่ประชากรไทยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดาวน์โหลด คู่มือ ฟังเพลง ฟังวิทยุ ถึงร้อยละ 79.1 รองลงมาคือ เล่นเกมหรือดาวน์โหลดเกม ร้อยละ 75.0 ใช้ Social Network (Facebook, Twitter, GooglePlus, Line, Instagram) ร้อยละ 73.9 และใช้เพื่อติดตามข่าวสาร อ่านหรือดาวน์โหลดหนังสือพิมพ์ นิตยสาร (e-book) มีเพียงร้อยละ 51.1 ซึ่งกิจกรรมที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่ใช้เพื่อความบันเทิงเท่านั้น

เมื่อเปรียบเทียบการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่างเพศชายและเพศหญิง ระหว่างปี 2553-2557 โดยพบว่าสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตของเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกันมาก สัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตของเพศชายเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21.9 เป็นร้อยละ 34.9 ส่วนเพศหญิงเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 22.8 เป็นร้อยละ 34.9 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพศชายมีสัดส่วนอัตราการเติบโตด้านการใช้อินเทอร์เน็ตที่สูงกว่าเพศหญิง ดังที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 1.6

ตารางที่ 1.6 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ พ.ศ. 2553 - 2557



ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557)

ข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าคนไทยไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงต่างมีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งนอกจากคนไทยส่วนใหญ่จะมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กันอย่างแพร่หลายแล้วก็ยังมีคนไทยอีกจำนวนมากที่ใช้อินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์อีกด้วย ทำให้มีค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุดเฉลี่ยถึง 600-799 บาท ต่อเดือน ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงมากเมื่อพิจารณาจากรายได้ของคนไทยส่วนใหญ่ซึ่งเป็นผู้มีรายได้น้อย ส่วนกิจกรรมที่พบมากที่สุดผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ การใช้เพื่อความบันเทิง ยังไม่ได้ถูกนำมาใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในสังคมไทยอย่างแท้จริง

จึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่คนในสังคมจะต้องมีการเร่งพัฒนาความรู้ รวมถึงการสร้างความเข้าใจ และสร้างความตระหนักรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล โดยสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเต็มศักยภาพเพื่อที่จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ส่งผลให้ประเทศมีผลผลิตเพิ่มมากขึ้นและเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่าย สร้างกำไรให้กับธุรกิจและองค์กรต่างๆ ได้เพิ่มขึ้น จนสามารถแข่งขันในโลกของเศรษฐกิจยุคใหม่ได้ เพื่อเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล การให้ความสำคัญต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีส่วนสนับสนุนในการพัฒนาความก้าวหน้าของระบบเศรษฐกิจของประเทศ ย่อมทำให้เศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยผ่านกระบวนการที่

พลเมืองของประเทศไทยสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าและบริการผ่านระบบดิจิทัลให้เกิดความคุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อเศรษฐกิจและสังคมไทย โดยพบว่า หากมีการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่งวัดจากการที่ประเทศมีจำนวนเว็บไซต์มากขึ้นจะส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางการค้าเพิ่มมากขึ้น คือ ถ้ามีจำนวนเว็บไซต์เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 จะทำให้มีการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2 (Freund และ Weinhold, 2004) ในขณะเดียวกันจะต้องเป็นผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ฉลาด รู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยกระบวนการทางความคิด วิเคราะห์ ไตร่ตรอง และคำนึงผลกระทบที่จะตามมา ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลกับความกินดีอยู่ดีของบุคคลตลอดจนเพื่อเป็นการผลักดันให้ประเทศไทยก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงช่วยสนับสนุนข้อมูลให้แก่หน่วยงานของภาครัฐเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดนโยบายให้แก่คณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการสร้างสังคมดิจิทัล เพื่อให้ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการของรัฐได้ทุกที่ ทันทต่อเหตุการณ์ ได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน แสดงให้เห็นถึงการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผ่านข้อมูลจากการวิเคราะห์ปัจจัยซึ่งจะเป็นตัวกำหนดการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล รวมถึงการกำหนดนโยบายที่สนับสนุนด้านการสร้างแรงจูงใจ (Incentive) และนวัตกรรม (Innovation) ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการทำธุรกรรมผ่านระบบเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมภายใต้เศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทยให้เข้มแข็งและยกระดับรายได้ของคนในประเทศตลอดจนทำให้คุณภาพชีวิตของคนในสังคมไทยดีขึ้น

ดังนั้น เมื่อเห็นถึงความสำคัญของเศรษฐกิจดิจิทัลแล้วนั้น จึงได้มีความสนใจที่จะศึกษาการวิเคราะห์การใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย โดยเลือกวิเคราะห์จากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบออนไลน์ เพื่อช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ว่าหากต้องการให้คนในสังคมมีความสุขในการดำเนินชีวิตจะต้องใช้กิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตประเภทใด และกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตประเภทใดที่ไม่ควรนำมาใช้ ตลอดจนสามารถส่งเสริมกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นประโยชน์ในทางสร้างสรรค์ แต่ยังไม่ได้ถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ อีกทั้งยังทำให้ธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการ และสามารถตอบสนองได้ตรงความต้องการของผู้บริโภคผ่านการวิเคราะห์จากความกินดีอยู่ดีของบุคคล รวมถึงเศรษฐกิจดิจิทัลยังเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้มีการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล
3. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลกับความกินคืออยู่ที่ของบุคคล

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการผลิตที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ และช่วยสนับสนุนข้อมูลให้แก่คณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการสร้างสังคมดิจิทัล

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ เป็นการสำรวจเฉพาะด้านค่าใช้จ่ายกิจกรรมส่วนบุคคลของคนในประเทศไทยผ่านการตอบแบบสอบถามออนไลน์ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล จำนวน 19 สาขา หมายรวมถึง ภาพยนตร์, สื่อโฆษณา, เพลง, เกมออนไลน์, เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media), การค้าออนไลน์ (E-Commerce), การทำธุรกรรมทางธนาคารออนไลน์ (E-Banking), วิดีโอออนไลน์, Applications, วารสารออนไลน์ / Magazine / E-Book, E-Learning, Software, Database online, การซื้อขายหุ้นออนไลน์ (Stock Trading Online), การซื้อตั๋วเดินทางออนไลน์, การจองห้องพักออนไลน์, การลงโฆษณา, วิดีโอคอนเฟอร์เรนซ์, การใช้บริการทางการแพทย์และการปรึกษาแพทย์ออนไลน์ เป็นต้น

1.5 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยวิธีการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบออนไลน์ทั่วประเทศ โดยจำแนกตามจำนวนการใช้อินเทอร์เน็ตในประชากรไทยที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป ซึ่งเมื่อปี 2557 ประเทศไทย มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 21.7 ล้านคน โดยผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลในประชากรกลุ่มนี้จำนวนทั้งสิ้น 444 ชุด

1.6 นิยามศัพท์

1. เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล หมายถึง เศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (หรือที่เรียกว่าเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้ทันสมัย) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการ

ปฏิรูปกระบวนการผลิต การดำเนินธุรกิจ การค้า การบริการ การศึกษา การสาธารณสุข การบริหารราชการแผ่นดิน รวมทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม และการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ)

2. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านคอมพิวเตอร์และระบบสื่อสารโทรคมนาคมหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์)

3. เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีที่มี 2 ด้านหลักๆ ที่ประกอบด้วยเทคโนโลยีระบบคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีโทรคมนาคมที่ผนวกเข้าด้วยกันเพื่อใช้ในกระบวนการจัดหา จัดเก็บ สร้างและเผยแพร่สารสนเทศในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเสียง ภาพ ภาพเคลื่อนไหว ข้อความหรือตัวอักษร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความแม่นยำ และความรวดเร็วให้ทันต่อการนำไปใช้ประโยชน์

4. อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์จำนวนมากเข้าด้วยกัน ทำให้สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 2

กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

2.1.1 Trade-off theory: Kraus and Litzenberger (1973) ได้อธิบายทฤษฎีได้อย่างเสียอย่างไว้ว่าเมื่อคนเราเลือกใช้จ่ายไปในการซื้อสินค้าอย่างหนึ่งย่อมสูญเสียโอกาสที่จะใช้จ่ายไปในการซื้อสินค้าอีกอย่างหนึ่งแต่คนเราจะเลือกที่จะทำเช่นนั้นก็ต่อเมื่อ อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ได้จากสินค้าที่เลือกหารด้วยราคาของสินค้านั้นมากกว่า อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ได้จากสินค้าที่ไม่เลือกหารด้วยราคาของสินค้าที่ไม่ได้เลือกนั้น

ดังนั้น คนเราจะเลือกซื้อสินค้า i และไม่เลือกซื้อสินค้า j เพราะ

$$\frac{MU_i}{P_i} > \frac{MU_j}{P_j}$$

2.1.2 Budget allocation theory คนเรามีการจัดสรรค่าใช้จ่ายด้วยการต้องเลือกระหว่างการใช้จ่ายให้กับสินค้าที่ให้ประโยชน์มากกว่าเมื่อวัดด้วยอรรถประโยชน์ต่อเงิน 1 บาทเท่ากัน

คุณภาพของการจัดสรรค่าใช้จ่ายจะเกิดขึ้นที่สัดส่วนของอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (MU) ของการใช้จ่ายสำหรับสินค้าต่างๆ หารราคาของสินค้านั้นๆ เท่ากันทั้งหมด

$$\frac{MU_i}{P_i} = \frac{MU_j}{P_j} = \frac{MU_z}{P_z}$$

เมื่อมีการจัดสรรค่าใช้จ่าย ณ คุณภาพนี้แล้วผู้บริโภคจะได้รับคามพึงพอใจสูงสุด (Maximized Utility)

การศึกษานี้มีข้อสมมติว่า การจัดสรรค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลอยู่ ณ คุณภาพของการจัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่ายดังกล่าวแล้ว

2.1.3 Random Utility Theory ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคสินค้าใดๆ ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้

1. คุณลักษณะของผู้บริโภค (Characteristics)
2. ปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาพแวดล้อม ภาวะอากาศหรือผู้ที่พบปะในโอกาสต่างๆ เป็นต้น

ดังนั้น ในการสร้างแบบจำลองเพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล จึงจะสร้างขึ้นตามแนวคิดของทฤษฎีนี้ คือ ประกอบด้วยตัวแปรที่บ่งชี้คุณลักษณะของสินค้า พร้อมทั้งค่าคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดขึ้นจากผลของปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้

2.1.4 Subjective Well being (SWB) การวัดความกินดีอยู่ดีตามความรู้สึกของตนเอง เป็นวิธีหนึ่งสำหรับการวัดความกินดีอยู่ดีของมนุษย์ที่ไม่ได้อิงกับเรื่องเงิน (Non-income measurement) วิธีนี้ได้ชื่อว่ามีคุณสมบัติสมบูรณ์ (complete) มากกว่าวิธีที่ใช้เงินเป็นตัววัด เพราะว่าถึงมีเงินก็อาจจะไม่มีความสุข แต่ถ้าใครสามารถบอกได้ว่าตัวเองมีความสุขนั้นก็แปลว่ามีความสุข แต่กระนั้นโลกนี้ก็ไม่มีอะไรที่สมบูรณ์แบบนักวิชาการจึงเปลี่ยนเป็นเรียกว่า “มีความไม่สมบูรณ์น้อยกว่าดัชนีแบบอื่น” หรือ (less incomplete)

ส่วนในเรื่องการทดสอบความน่าเชื่อถือของการวัดก็อาจจะทำได้ด้วยการคำนวณค่าสหสัมพันธ์ (correlation) ระหว่างค่าที่ได้จากการวัดครั้งแรกกับครั้งที่สองที่วัดห่างกันประมาณสองสัปดาห์ เป็นต้น (ผลการวิจัยบอกว่ามีความสัมพันธ์ที่ดี) นอกจากนั้นอาจจะลองพยายามหาปัจจัยอธิบายค่าที่วัดได้ (regression โดยให้ SWB เป็นตัวแปรตาม หรือ dependent variable) หรือไม่ก็อาจจะทดลองพยากรณ์ค่า SWB ของแต่ละคนออกมาว่าสามารถทำได้หรือไม่ หากทำได้อย่างมีเหตุผลก็แสดงว่าการวัด SWB มีความน่าเชื่อถืออยู่บ้าง

การวัด SWB เปรียบเทียบระหว่างสองช่วงเวลา (Wunder, 2009) ที่ต่างกันมีปัญหาเนื่องจากฐานในการเปรียบเทียบ (Standard of judgement) ไม่เท่ากันเมื่อเวลาผ่านไปแล้วรายได้เพิ่มขึ้นแต่ความพอใจอาจจะไม่เพิ่มขึ้นตาม โดยสามารถอธิบายแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ ดังต่อไปนี้

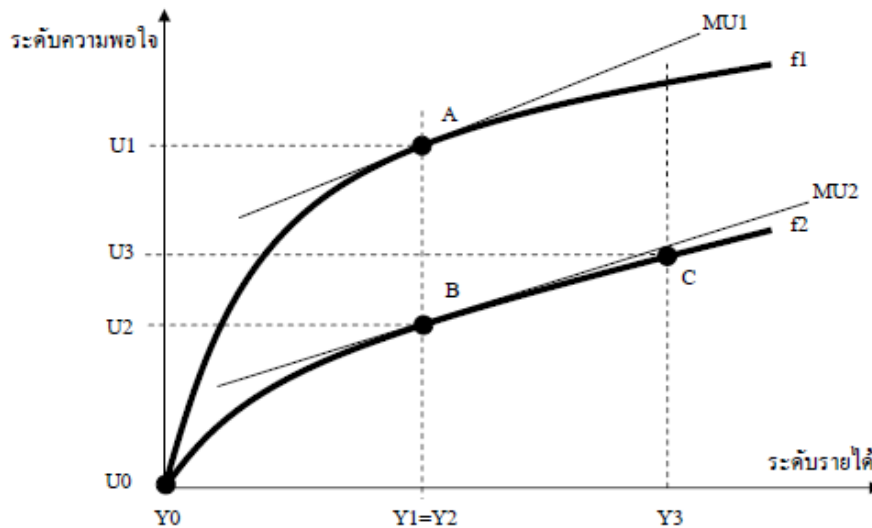
1. แบบที่สมการความพอใจกำหนดขึ้นโดยการเปลี่ยนแปลงของรายได้ ดังนี้

$$U_t = f(\Delta y)$$

ผลที่ออกมาคือระดับรายได้และความพอใจไม่เป็นไปในทิศทางที่สัมพันธ์กัน นั่นคือการวัดความกินดีอยู่ดีแบบ SWB ไม่สามารถใช้ทดแทนดัชนีที่วัดด้วยรายได้ได้อย่างสมบูรณ์ หมายความว่า

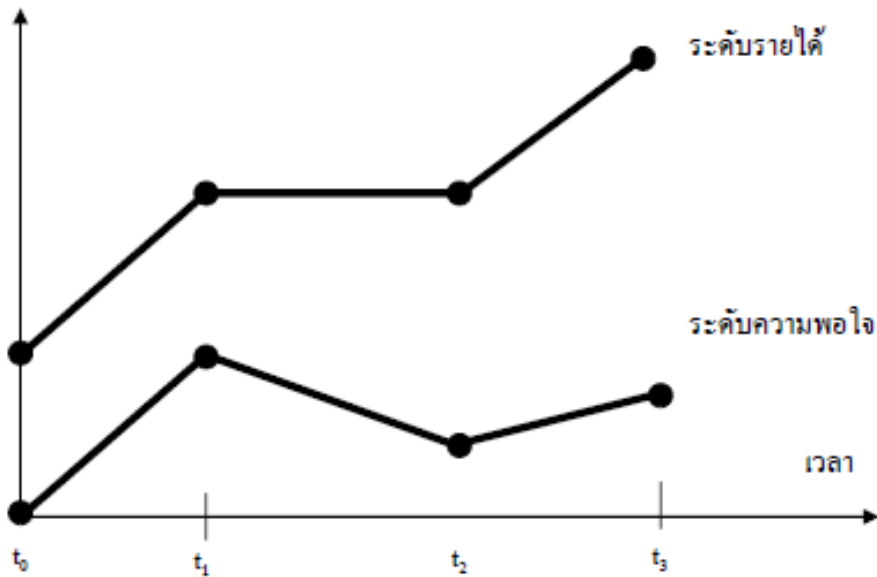
สิ่งที่เราหวังว่า SWB จะเป็นดัชนีที่มีคุณลักษณะ “สมบูรณ์” (complete) นั้น มันไม่ได้เป็นอย่างนั้นแล้ว ดังนั้น SWB จึงเรียกได้เพียงว่ามีความไม่สมบูรณ์น้อยกว่าดัชนีอื่นๆ เท่านั้น (less incomplete)

2. แบบที่ความพอใจส่วนเพิ่ม (MU) ลดลงเมื่อได้รับรายได้จำนวนเท่าเดิม



เริ่มต้นจากการมีรายได้เท่ากับ Y_0 และมีความพอใจเท่ากับ U_0 ต่อมา มีรายได้เพิ่มเป็น Y_1 ทำให้ความพอใจเพิ่มเป็น U_1 แต่ปีต่อมา รายได้คงที่ คือ $Y_2 = Y_1$ เป็นผลให้เกิดความไม่พอใจเท่าที่ควร ความพอใจลดลงจาก U_1 เหลือเพียง U_2 หลังจากนั้นเมื่อรายได้เพิ่มเป็น Y_3 ความพอใจจะเพิ่มขึ้นเป็น U_3

การเปลี่ยนแปลงเส้นความพอใจจาก f_1 เป็น f_2 นี้เกิดจากความพอใจส่วนเพิ่ม (Marginal Utility) ของเงินจำนวนเท่ากันลดลง สาเหตุที่ลดลงเพราะคนมีความคาดหวังว่ารายได้ในปีต่อไปจะเพิ่มขึ้น ยิ่งหวังมากก็ยิ่งผิดหวังมากหากไม่เป็นดังหวัง ในตัวอย่างก็คือรายได้ไม่ได้เพิ่มขึ้นดังหวัง ดังนั้นเขาจึงไม่พอใจกับรายได้ที่เท่าเดิม ทั้งๆ ที่เงินก็เท่าเดิมไม่ได้ลดลงแต่ไม่พอใจเท่ากับที่ช่วงเวลาก่อนหน้านี้



ความไม่สอดคล้องระหว่างระดับรายได้และความพอใจจากแนวคิดเรื่อง MU ของเงินลดลง

สิ่งที่แตกต่างระหว่างรูปนี้กับรูปอย่างเดียวกันก่อนหน้านี้ คือ ณ เวลา t_2 ความพอใจลดลงก็จริงแต่ไม่ถึงกับเป็นศูนย์

ข้อสรุปที่ได้เหมือนกันก็คือ ความพอใจไม่ได้มีทิศทางเคลื่อนไหวที่สอดคล้องกับรายได้ ทำให้ความพอใจไม่สามารถใช้เป็นตัวแทนของรายได้ นั่นคือ การวัดความพอใจด้วยวิธี SWB ไม่สามารถใช้ทดแทนการวัดด้วยรายได้ ดังนั้นนักวิจัยจึงอาจจะเห็นภาพที่ว่ารายได้อาจจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่ความพอใจแบบ SWB กลับคงที่หรือเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย เหล่านี้ก็ล้วนแล้วแต่มาจากเรื่องการสร้างความคาดหวังและไม่ได้ตามที่หวังผลก็คือ SWB ไม่สามารถสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของรายได้ และทำให้มันมีคุณสมบัติที่ไม่สมบูรณ์ ดังนั้นการนำ SWB ไปใช้งานจึงควรต้องระวังเรื่องการเปรียบเทียบข้ามเวลาเช่นนี้ให้มาก

2.1 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาถึงผลงานการศึกษาในอดีตที่ผ่านมา พบว่ามีผลงานที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่

บุษบา มาลาศรี (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ใช้วิธีการสำรวจข้อมูล โดยการเก็บแบบสอบถามออนไลน์จากผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จำนวน 200 คน

ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีการใช้อินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลา มากกว่า 3 ปี สำหรับวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อศึกษาข้อมูลข่าวสาร และพบว่าส่วนใหญ่ ยังไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต โดยพบว่ามีสาเหตุมาจากไม่เห็นสินค้าของจริง รongลงมาเป็นความไม่สะดวกในวิธีการชำระเงิน ตามลำดับ สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ซื้อ สินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีเหตุผลที่สำคัญในการซื้อสินค้า เนื่องมาจาก ต้องการทดลองซื้อสินค้า โดยสามารถแบ่งประเภทของสินค้าและบริการที่ซื้อออกเป็น 3 ประเภท คือ สินค้าที่จับต้องได้ ได้แก่ หนังสือ แผ่นซีดี และเทปเพลง สินค้าที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ สินค้า Download จากอินเทอร์เน็ต เช่น ซอฟต์แวร์และเพลง ประเภทสุดท้ายคือการบริการ ได้แก่ การบริการสินค้า การเงินการธนาคาร จองโรงแรมและท่องเที่ยว วิธีการชำระเงินค่าซื้อสินค้าและบริการ ส่วนมากชำระ เงินด้วยบัตรเครดิต ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ความปลอดภัยของวิธีการชำระเงิน รongลงมาเป็นความสะดวกในการ เปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการจากแหล่งต่างๆ และความสะดวกในการค้นหาสินค้าและบริการ ตลอด 24 ชั่วโมง ตามลำดับ ทั้งนี้ พบว่าปัญหาจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ คือ การที่มีผู้แอบอ้างทำบัตรเครดิตไปใช้ รongลงมาเป็นการที่ได้รับสินค้าล่าช้า ตามลำดับ

ปริญ วงศ์วานชาติ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้วิธีการสำรวจข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนาในรูป ของสถิตินำเสนอในรูปแบบ ตาราง การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และอาศัยข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อวิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณผ่านแบบจำลองโลจิส

ผลการศึกษาพบว่า โดยส่วนใหญ่แล้วกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่นิยมซื้อสินค้าและบริการผ่าน เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเนื่องจากไม่มั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยและระบบการสื่อสารของเว็บ ไซต์ยังไม่เสถียร และไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ความถูกต้องและเวลาของการ ขนส่งสินค้า ขาดข้อมูลทางด้านภาษีสินค้า รวมถึงไม่มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำการซื้อขาย สินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ แม้ว่าการซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะยังไม่ เป็นที่นิยมแต่กลับพบว่ามีการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีมูลค่าในการซื้อค่อนข้างมาก คือ ตั้งแต่ 500-5,000 บาท สำหรับกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เคยซื้อหรือจะซื้อสินค้าผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ต พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต คือ เพศ สถานที่พักอาศัย เหตุผลของการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เนื่องจาก

ความสะดวก ราคา ฤดูกาล และรายได้ ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพล คือ อายุ การศึกษาอาชีพ ส่วนประเภทของสินค้าที่เคยซื้อ พบว่า โดยส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องเห็นสินค้าจริงก่อนตัดสินใจซื้อ ด้านรูปแบบการชำระเงิน ขึ้นอยู่กับความสะดวกของกลุ่มตัวอย่าง เพราะมีสัดส่วนรูปแบบการชำระเงินที่กลุ่มตัวอย่างเลือกกระจายทุกแบบ คือ บัตรเครดิต พาส์เก็บเงินปลายทาง/ธนาณัติ โอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร/เช็ค และชำระโดยตรงกับพนักงานจากบริษัทผู้ขาย การจัดส่งจะแปรตามสถานที่พักอาศัย โดยผู้ที่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ส่วนใหญ่เลือกการจัดส่งจากบริษัทผู้ขาย ผู้ที่อยู่ต่างจังหวัด ส่วนใหญ่เลือกการจัดส่งทางไปรษณีย์

สุธีร์ ดันเปาว์ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยกำหนดอุปสงค์และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตส่วนบุคคลในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ใช้ ในด้านปริมาณการใช้งาน ช่วงเวลาการใช้ วัตถุประสงค์ในการใช้ และสาเหตุที่ใช้นอกเหนือจากการใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากแหล่งอื่น ศึกษาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์อินเทอร์เน็ตส่วนบุคคลที่มีต่อราคาค่าบริการและคุณภาพด้านความเร็ว เพื่อศึกษาตอบสนองของผู้บริโภคต่อการแข่งขันด้านราคาและการแข่งขันด้านคุณภาพความเร็ว เพื่อศึกษาลักษณะแจกแจง (Profile) ของกลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนบุคคล ศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนบุคคลที่ตอบสนองต่อรูปแบบการบริการและกลยุทธ์การแข่งขันที่ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตนำมาใช้ทั้งทางด้านราคา และที่มีใช้ราคา รวมทั้งส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ ด้วย

โดยใช้วิธีการสำรวจข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผลการศึกษาทำให้ทราบถึงลักษณะของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และพบว่าปัจจัยกำหนดความต้องการซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่สำคัญคือคุณภาพด้านความเร็ว คุณภาพการเชื่อมต่อ และราคาค่าบริการ โดยในส่วนพฤติกรรมการใช้งานนั้นพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ จะใช้งานช่วง 21.00-24.00 น. คือร้อยละ 64.70 มีลักษณะการใช้งานแบบชั่วคราวมากกว่าแบบประจำรายเดือน โดยมีวัตถุประสงค์ของการใช้งานเพื่อติดต่อสื่อสารมากที่สุด คือ ร้อยละ 4.17 และรองลงมาคือเพื่อค้นหาข้อมูล ร้อยละ 4.01

ในส่วนของผลการศึกษาถึงการตอบสนองของผู้บริโภคต่อการแข่งขันด้านราคา พบว่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าต่ำกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าการให้บริการอินเทอร์เน็ตอาจถือได้ว่าเป็นสินค้าจำเป็น (Necessary Goods) ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคขาดไม่ได้ แต่อย่างไรก็ตามผู้ให้บริการก็ไม่สามารถเพิ่มราคาหรือลดราคาเพื่อให้ได้รับกำไรสูงสุดได้ เนื่องจากมีอำนาจผูกขาดอยู่เพียงจำกัด ถ้าเพิ่มราคาค่าบริการให้สูงขึ้นผู้ใช้บริการอาจเปลี่ยนไปใช้บริการของรายอื่นถ้าราคาโดยเปรียบเทียบนั้นสูงกว่ารายอื่น และการลดราคาก็จะทำให้รายได้จากผู้บริโภคเดิมลดลงด้วยเนื่องจากปริมาณการใช้ไม่เพิ่มขึ้นมากนักเมื่อลดราคาลง ถึงแม้ว่าจากการศึกษานี้จะพบว่าในฐานะผู้ให้บริการรายหนึ่งๆ การลดราคาจะทำให้มีผู้ใช้บริการเปลี่ยนจากรายอื่นและหันมาใช้มากขึ้นและอาจทำให้รายได้เพิ่มขึ้นแต่ใน

ความเป็นจริงผู้ให้บริการรายอื่นอาจลดราคาลงตาม ดังนั้นจึงอาจเกิดการแข่งขันกันลดราคาทำให้ รายได้โดยรวมของผู้ให้บริการทุกรายลดลงได้

สำหรับผลการศึกษาด้านการตอบสนองของผู้บริโภคต่อการแข่งขันด้านคุณภาพความเร็วพบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อคุณภาพด้านความเร็วมีค่ามากกว่า 1 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจะใช้งาน ปริมาณมากขึ้นเมื่อคุณภาพสูงขึ้น ซึ่งการเพิ่มคุณภาพด้านความเร็วจะทำให้มีผู้ใช้บริการเปลี่ยนจาก รายอื่นและหันมาใช้บริการมากขึ้นส่งผลให้รายได้มากขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามผู้ให้บริการจะต้อง คำนึงถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการเพิ่มคุณภาพด้านความเร็วนี้ด้วย ซึ่งจะต้องนำต้นทุนที่เพิ่มขึ้นไป เปรียบเทียบกับรายรับที่ได้มากขึ้นเพื่อพิจารณาความคุ้มค่าของการลงทุนในรูปผลกำไรต่อไป

จากผลการศึกษาทำให้สามารถสรุปข้อมูลและข้อเสนอแนะต่อผู้ให้บริการในการกำหนด กลยุทธ์การแข่งขันได้ว่า ไม่ควรแข่งขันในด้านราคาเพียงอย่างเดียว แต่ควรที่จะแข่งขันในการเพิ่ม คุณภาพเพื่อสร้างความแตกต่างของบริการของตน รวมทั้งควรออกแบบบริการเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้า ใหม่ ๆ หรือ Niche Market เช่น กลุ่มผู้ที่มีรายได้สูง กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มนักเรียน นักศึกษา หรือกลุ่มที่ใช้ งานเพื่อหารหาข้อมูล คิววีแอลข้อมูล ซึ่งต้องการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมาก เป็นต้น

กวิน ชินะวงศ์ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่อการ เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2525-2534 และ พ.ศ. 2535-2544 โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาผลของปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการ เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังการนำ เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2525-2534 และ พ.ศ. 2535- 2544 และเพื่อศึกษาแหล่งที่มา และ โครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2525-2544 โดยนำข้อมูลทุติยภูมิมาใช้ในการศึกษา ซึ่งลักษณะของข้อมูลแบบอนุกรมเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2525-2544 โดยข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ทุน แรงงาน และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ สัดส่วนของมูลค่าการ ลงทุนทางด้านวิทยาศาสตร์ต่อค่าใช้จ่ายเพื่อการวิจัยและพัฒนาของประเทศ จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และมูลค่าการนำเข้าเครื่องจักรจากต่างประเทศ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อคาดประมาณแบบจำลอง โดยใช้ฟังก์ชันการผลิตแบบ Cobb-Douglas

ผลการศึกษาพบว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจของ ประเทศไทย ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างการผลิต จากการวิจัยพบว่า การเปลี่ยนแปลงของ ปัจจัยทุน ปัจจัยแรงงาน ส่งผลต่อการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ส่วนปัจจัย ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รวมถึงมูลค่าการลงทุน ด้านวิทยาศาสตร์ต่อค่าใช้จ่ายเพื่อการวิจัยและพัฒนาประเทศ มีผลในทางลบต่อการขยายตัวทาง เศรษฐกิจ เนื่องจากการลงทุนและการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศดังกล่าวไม่ได้มีบทบาทเกี่ยวข้อง

กับการผลิตโดยตรง และยังพบว่าเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นมีบทบาทต่อการผลิตในภาคอุตสาหกรรมในรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน

ศิริขวัญ เจริญวิริยะกุล (2551) ทำการศึกษาเรื่อง ผลของการลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาผลการลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศและมูลค่าการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งการศึกษาดังกล่าวใช้ข้อมูลแบบภาคตัดขวางผสมเวลา (Panel Data) ครอบคลุมช่วงเวลาเป็นรายปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 – 2549 ใช้ฟังก์ชันการผลิตแบบ Cobb-Dougllass และทำการคาดประมาณด้วยวิธี Pooled Least Squares

ผลการศึกษาพบว่าสต็อกของทุนและแรงงานส่งผลกระทบต่อเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศอาเซียนในทิศทางเดียวกัน คือ เมื่อสต็อกของทุนและแรงงานเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีระดับผลผลิตที่เพิ่มขึ้นตาม สำหรับการลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น พบว่าถ้ามีรายจ่ายทางเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้ได้ผลผลิตที่เพิ่มมากขึ้นด้วย และภายหลังจากที่ได้มีการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในกระบวนการผลิตแล้ว สามารถทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง เมื่อต้นทุนการผลิตลดลงก็สามารถที่จะเพิ่มปัจจัยการผลิตส่วนอื่นได้มากขึ้น ดังนั้นผลผลิตที่ได้จึงเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลให้เศรษฐกิจในกลุ่มประเทศอาเซียนเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศนั่นเอง

อนุรักษ์ ปรารมภ์ (2555) ทำการศึกษาเรื่อง ผลของการใช้จ่ายในเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาถึงผลของการใช้จ่ายในเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งการศึกษาดังกล่าวใช้ฟังก์ชันการผลิตแบบ Cobb-Dougllass โดยใช้ข้อมูลแบบพาแนล ซึ่งตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ มูลค่าการใช้จ่ายสำหรับคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ มูลค่าการใช้จ่ายด้านการสื่อสารผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ สต็อกของทุน และจำนวนแรงงาน โดยใช้ข้อมูลทศวรรษเป็นรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ถึง พ.ศ. 2554 จำนวนทั้งหมด 6 ประเทศ ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม สิงคโปร์ มาเลเซีย และประเทศไทย

ผลการทดสอบสมการพาแนล พบว่าควรทำการประมาณค่าแบบจำลองในรูปแบบ Fixed Effects ส่วนผลการทดสอบพาแนลยูนิทรูทพบว่าข้อมูลตัวแปรทุกตัวมีลักษณะนิ่งและมีอันดับความสัมพันธ์ของข้อมูลเท่ากับ 0 หรือ I(0) ผลการประมาณค่าแบบจำลองด้วยวิธีที่กำลังสองน้อย (OLS) พบว่าสต็อกของทุนและแรงงานส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากสต็อกของทุนและแรงงานนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในกระบวนการผลิต จากนั้นผู้ศึกษาได้ทำการหาส่วนที่เหลือ (Residual) ซึ่งจากการศึกษานี้ส่วนที่เหลือแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี โดยได้ทำการศึกษาถึงผลของการใช้จ่ายในเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีต่อเปลี่ยนแปลง

เทคโนโลยี ผลการศึกษาพบว่าการใช้จ่ายในเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในทิศทางเดียวกัน คือ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจนั่นเอง ดังนั้น หากรัฐบาลในกลุ่ม 6 ประเทศ ดังกล่าว ที่ต้องการให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว มีความจำเป็นที่จะต้องส่งเสริมให้มีการเพิ่มการใช้จ่ายในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมากยิ่งขึ้น

วรเทพ จักรฤทธิพงษ์ (2556) ทำการศึกษาเรื่องผลของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มีต่อประสิทธิภาพการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มีต่อประสิทธิภาพการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ส่วนของการลดต้นทุนการผลิต การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ และการเพิ่มความเร็วในการผลิตโดยใช้วิธีการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 600 ตัวอย่าง และใช้ค่าเฉลี่ยเพื่อบรรยายผลการศึกษาคำเนินงาน ประกอบกับใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Seemingly Unrelated Regression เพื่อหาผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งการศึกษานี้จะช่วยให้สามารถเข้าใจได้ว่ามีปัจจัยในการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อช่วยผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจได้ว่าควรใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในกระบวนการใดในภาคการผลิตของตน และส่วนใดที่ไม่ควรนำไปใช้ในภาคการผลิต เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับผลประโยชน์ที่มากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านของประสิทธิภาพการผลิต การลดต้นทุนค่าใช้จ่าย รวมไปถึงผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้นจากการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในกระบวนการผลิต

ผลการศึกษา นำมาซึ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย คือ ช่วยให้ภาครัฐบาลได้รู้ว่าควรมีนโยบายสนับสนุนให้มีการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคส่วนใดของการผลิต นอกจากนี้ ยังเป็นการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการสร้างระบบสาธารณูปโภคด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้ดียิ่งขึ้น เช่น ด้านการขนส่ง และด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อสนับสนุนให้ภาคการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนสามารถแข่งขันกับประเทศต่างๆ ในอาเซียนหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคตอีกด้วย

Meijers (2007) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ICT Externalities: Evidence from cross country data โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาผลกระทบภายนอกของการลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและระดับผลิตภาพการผลิต โดยใช้ข้อมูลแบบ Panel และคาดประมาณด้วยวิธี Fixed Effect ที่ประกอบด้วย 15 ประเทศและครอบคลุมช่วงเวลาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1996-2004

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการลงทุนในไอทีซอฟต์แวร์ (IT software) และอุปกรณ์การติดต่อสื่อสาร (Telecommunication equipments) มีผลทำให้ผลิตภาพการผลิตเพิ่มขึ้น แต่ไอทีฮาร์ดแวร์ (IT Hardware) กลับไม่ส่งผล ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบของช่วงเวลาพบว่า ช่วงเวลาที่มีการลงทุนใน

อุปกรณ์การติดต่อสื่อสาร จะส่งผลทำให้เศรษฐกิจเกิดการเจริญเติบโต โดยใช้เวลาประมาณ 3 ปี ส่วนการลงทุนในไอทีซอฟต์แวร์จะใช้เวลามากกว่า 7 ปี ซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้และการปฏิบัติ (learning-by-doing) โดยมีผลกระทบทำให้เศรษฐกิจเกิดการเจริญเติบโตได้ภายหลังจากการลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศไปแล้ว

โดยสรุปแล้ววรรณกรรมที่ทบทวนมาเป็นการศึกษาผลของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารในระบบเศรษฐกิจที่จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศสูงขึ้นและทำให้เศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตที่ดีขึ้น แต่ยังไม่มียงานวิจัยเรื่องใดที่มีการวิเคราะห์ถึงผลกระทบของการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลกับความกินดีอยู่ดีของบุคคล ดังนั้น จึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องนี้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการสำรวจข้อมูลครั้งนี้ได้ใช้วิธีการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มจากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบออนไลน์ทั่วประเทศ โดยจำแนกตามจำนวนการใช้อินเทอร์เน็ตในประชากรไทยที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป ในประเทศไทย ในปี 2557 ประมาณ 21.7 ล้านคน จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

ทั้งนี้ ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดของกลุ่มประชากรไทยที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป ในประเทศไทย ในปี 2557 ประมาณ 21.7 ล้านคน โดยจะเก็บข้อมูลในประชากรกลุ่มนี้จำนวนทั้งสิ้น 444 ชุด ซึ่งคำนวณได้จากสูตรของ Taro Yamane ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$\text{แทนค่าได้ดังนี้} \quad 399.99 = \frac{21,700,000}{1 + (21,700,000)(0.05)^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ตัวอย่าง

N = จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมดในประเทศ จำนวน 21.7 ล้านคน

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5 %

เมื่อทำการคำนวณกลุ่มตัวอย่างออกมาจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 399 กลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อความแม่นยำที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จึงใช้แบบสอบถามในส่วนนี้ทั้งหมด 444 แบบสอบถาม

1.2 วิธีการศึกษา/วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

1.1.1 ภาพรวมของวิธีการวิจัย

ตารางที่ 3.1 สรุปแบบจำลองและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาแต่ละจุดประสงค์

วัตถุประสงค์	แบบจำลองที่ใช้	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
5.1 เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล	แบบสอบถามสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล	แบบสอบถามและวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive statistics)
5.2 เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล	แบบจำลอง Random Utility Theory $E_i = \alpha_1 + \sum_{k=1}^N \beta_{k,1} X_k + \sum_{i=0}^N \beta_{m,1} Z_m + \varepsilon_1$ $E_j = \alpha_2 + \sum_{k=1}^N \beta_{k,2} X_k + \sum_{j=0}^N \beta_{m,2} Z_m + \varepsilon_2$	Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)
5.3 เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลกับความกินดีอยู่ดีของบุคคล	แบบจำลอง Ordered Probit Subjective Well-being = $\alpha + \sum_{k=1}^K \beta_k E_k + \varepsilon$	Ordered Probit

3.3 กรอบแนวคิดของการศึกษา/แบบจำลอง

3.3.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา

กรอบแนวคิดในการศึกษาการสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลนั้น จะดำเนินการศึกษาโดยนำลักษณะส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ ภูมิภาคอำเภอเดิม จังหวัดที่กำลังทำงาน สถานภาพสมรส และจำนวนบุตร มาศึกษาถึงพฤติกรรมและค่าใช้จ่าย คือ

1. พฤติกรรม ในด้านเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน กิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาของการใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต วัตถุประสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์ที่ใช้ และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ใช้

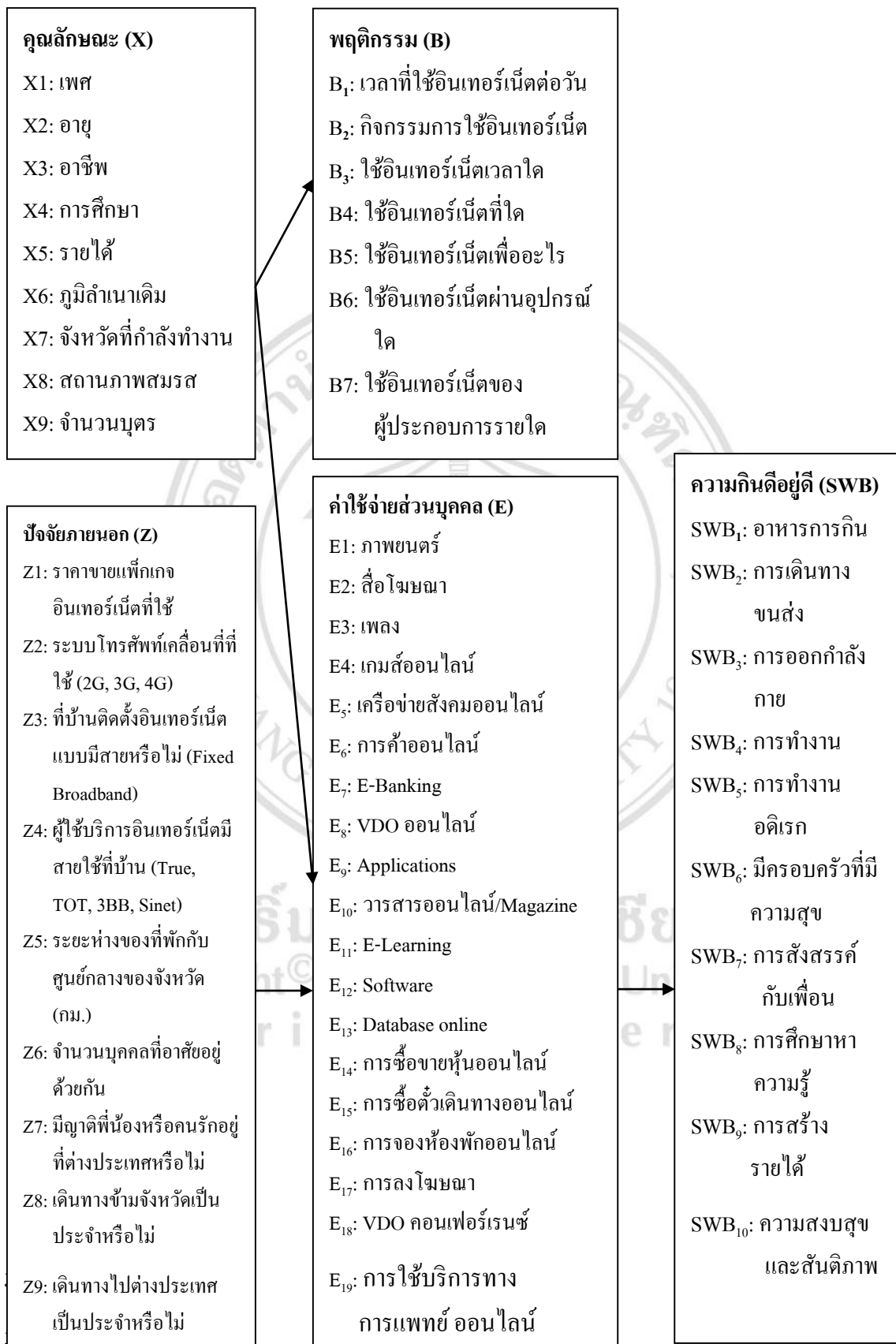
2. ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล ในด้านภาพยนตร์ สื่อโฆษณา เพลง เกมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ การค้าออนไลน์ E-Banking VDO ออนไลน์ Applications วารสารออนไลน์/Magazine E-Learning Software Database online การซื้อขายหุ้นออนไลน์ การซื้อตั๋วเดินทางออนไลน์ การจองห้องพักออนไลน์ การลงโฆษณา VDO คอนเฟอร์เรนซ์ การใช้บริการทางการแพทย์ออนไลน์

สำหรับปัจจัยกำหนดการใช้นั้น กำหนดให้ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอก คือ ราคาขายแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตที่ใช้ ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ (2G, 3G, 4G) ที่บ้านติดตั้งอินเทอร์เน็ตแบบมีสายหรือไม่ (Fixed Broadband) ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีสายใช้ที่บ้าน (True, TOT, 3BB, Sinet) ระยะห่างของที่พักกับศูนย์กลางของจังหวัด (กม.) จำนวนบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วยกัน มีญาติพี่น้องหรือคนรักอยู่ที่ต่างประเทศหรือไม่ เดินทางข้ามจังหวัดเป็นประจำหรือไม่ เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำหรือไม่

ผลที่ได้จากการศึกษาจะทำให้ทราบถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นที่เกี่ยวข้องกับความอยู่ดีกินดี ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านอาหารการกิน การเดินทางขนส่ง การออกกำลังกาย การทำงาน การทำงานอดิเรก มีครอบครัวที่มีความสุข การสังสรรค์กับเพื่อน การศึกษาหาความรู้ การสร้างรายได้ ความสงบสุขและสันติภาพ

ดังนั้น ในการทำการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญของการใช้ประโยชน์จากกิจกรรมต่างๆ ผ่านระบบเศรษฐกิจดิจิทัล โดยมีแนวคิดเริ่มจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลจนทำให้สามารถเกิดผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับในเรื่องความกินดีอยู่ดีของบุคคล โดยสามารถแสดงเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้

แสดงกรอบแนวคิดหลักในการวิเคราะห์การใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย



3.3.2.1 แบบจำลอง SURE

ค่าใช้จ่ายสำหรับสินค้า i

$$(E_i) = \alpha_1 + \sum_{k=1}^N \beta_{k,1} X_k + \sum_{m=1}^S \beta_{m,1} Z_m + \varepsilon_1$$

ค่าใช้จ่ายสำหรับสินค้า j และสินค้าอื่นๆ (W)

$$(E_j) = \alpha_2 + \sum_{k=1}^N \beta_{k,2} X_k + \sum_{m=1}^S \beta_{m,2} Z_m + \varepsilon_2$$

$$(E_p) = \alpha_3 + \sum_{k=1}^N \beta_{k,3} X_k + \sum_{m=1}^S \beta_{m,3} Z_m + \varepsilon_3$$

⋮

⋮

⋮

$$(E_w) = \alpha_w + \sum_{k=1}^N \beta_{k,w} X_k + \sum_{m=1}^S \beta_{m,w} Z_m + \varepsilon_w$$

เมื่อ w คือ ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล

X คือ คุณลักษณะของบุคคล

Z คือ ปัจจัยภายนอก

α, β คือ ค่าพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่า

ε คือ ค่าคลาดเคลื่อน

3.3.2.2 แบบจำลอง Ordered Probit (ประมาณค่า 10 สมการโดยประมาณค่าที่ละสมการ)

$$SWB_i = \alpha + \sum_{k=1}^K \beta_k E_k + \varepsilon$$

โดยที่ SWB คือ ความกินดีอยู่ดีที่ประเมินด้วยตนเอง (Subjective well being)

E_k คือ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล

α, β คือ ค่าพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่า

ε คือ ค่าคลาดเคลื่อน

เมื่อ $i = 1, 2, \dots, 10$

ตารางที่ 3.2 ตัวอย่างการวัดความกินดีอยู่ดีแบบ Subjective Well being (SWB)

ตัวแปร Y	กิจกรรม	เห็นด้วย น้อยที่สุด (1)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย ปาน กลาง (3)	เห็นด้วย มาก (4)	เห็นด้วย มากที่สุด (5)	ไม่มี ความเห็น
SWB ₁	1. อาหารการ กินของท่านอุดม สมบูรณ์						
SWB ₂	2. การเดินทาง สะดวกรวดเร็ว						
SWB ₃	3. ท่าน ออก กำลังกายเป็น ประจำ						
SWB ₄	4. ท่านทำงาน อย่างมีความสุข						
SWB ₅	5. ท่าน ใ ้ ทำงานอดิเรก (Hobby) เป็น ประจำ						

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ตัวแปร Y	กิจกรรม	เห็นด้วย น้อยที่สุด (1)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย ปาน กลาง (3)	เห็นด้วย มาก (4)	เห็นด้วย มากที่สุด (5)	ไม่มี ความเห็น
SWB ₆	6. ที่ าน มี ครอบครัวที่มี ความสุข						
SWB ₇	7. ที่ าน ได้ สังสรรค์กับเพื่อน อย่างมีความสุข						
SWB ₈	8. ที่ าน ได้หา ความรู้เป็นประจำ						
SWB ₉	9. ที่ านสามารถ สร้างรายได้ได้ อย่างมากมาย						
SWB ₁₀	10. ที่ าน มี ความสงบสุขและ สันติภาพในชีวิต						

ที่มา: Wunder (2009)

3.3.3 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

3.3.3.1 สถิติบรรยาย (Descriptive Statistics) เช่น ค่าเฉลี่ย \bar{x} ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความถี่ ร้อยละ สถิติวัดความสัมพันธ์ เป็นสถิติพื้นฐานที่ต้องใช้กับการวิจัยเกือบทุกเรื่อง

3.3.3.2 วิธีการประมาณค่า ด้วยวิธี Seemingly Unrelated Regression Estimated (SURE)

การศึกษานี้จะวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Seemingly Unrelated Regression (SURE) ซึ่งเป็นวิธีการประมาณค่าพารามิเตอร์ของระบบสมการเชิงเส้นที่อยู่ภายใต้ข้อสงสัยว่าค่าคลาดเคลื่อน (Error Term) ของสมการใดๆ ในระบบจะมีความสัมพันธ์กับค่าคลาดเคลื่อนของสมการอื่น ๆ ในระบบ หากเกิด

ความสัมพันธ์ดังกล่าวจริง การประมาณค่าด้วย OLS (Ordinary Least Squares) จะเกิด ข้อผิดพลาด แต่หากปราศจากความสัมพันธ์ของค่าคลาดเคลื่อนดังกล่าว ผลการวิเคราะห์จาก SURE จะเหมือนกับของ OLS ดังนั้นในการหาค่าความมีประสิทธิภาพในการผลิตและการบริการที่ อาจจะมีค่าความคลาดเคลื่อนของสมการที่มีความสัมพันธ์กันจึงเลือกใช้แบบจำลอง SURE

Zellner (1962) แสดงให้เห็นว่าค่าพารามิเตอร์ที่ประมาณได้จาก SURE แสดงได้ดังนี้

$$\hat{\beta}_{\text{SURE}} = (X' \Sigma^{-1} X)^{-1} X' \Sigma Y$$

โดยที่ $\hat{\beta}_{\text{SURE}}$ คือ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) ซึ่งเป็นตัวประมาณค่าที่ไม่เอนเอียงเชิงเส้นที่ดีที่สุด (Best Linear Unbiased Estimator)

$$\text{โดยที่ } \Sigma^{-1} = \Sigma_c^{-1} \otimes I$$

$$= \begin{bmatrix} \sigma^{11} I & \dots & \sigma^{1m} I \\ \vdots & & \\ \sigma^{m1} I & \dots & \sigma^{mm} I \end{bmatrix}$$

$$\text{โดยที่ } \hat{\beta}_{\text{SURE}} = \begin{bmatrix} \sigma^{11} X_1' X_1 & \sigma^{12} X_1' X_2 & \dots & \sigma^{1m} X_1' X_m \\ \vdots & & & \\ \sigma^{m1} X_m' X_1 & \sigma^{m2} X_m' X_2 & \dots & \sigma^{mn} X_m' X_m \end{bmatrix}^{-1} \begin{bmatrix} \sum_{j=1}^m \sigma^{1j} X_1' Y_j \\ \vdots \\ \sum_{j=1}^m \sigma^{mj} X_m' Y_j \end{bmatrix}$$

ซึ่งมีเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมดังนี้

$$\text{var}(\hat{\beta}_{\text{SURE}}) = (X' \Sigma^{-1} X)^{-1} = \begin{bmatrix} \sigma^{11} X_1' X_1 & \dots & \sigma^{1m} X_1' X_m \\ \vdots & & \\ \sigma^{m1} X_m' X_1 & \dots & \sigma^{mn} X_m' X_m \end{bmatrix}^{-1}$$

Seemingly Unrelated Regression Estimator นี้ จะมีประสิทธิภาพมากกว่าตัวประมาณค่า OLS โดย Johnston (1972,p.241) กล่าวว่าประสิทธิภาพของ $\hat{\beta}_{\text{SURE}}$ ที่มีเหนือตัวประมาณ OLS นั้น จะเพิ่มขึ้นโดยตรงกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวรบกวนจากต่างสมการกันและจะผูกพันกับ ความสัมพันธ์ระหว่างเซตต่างๆ ของตัวแปรอธิบาย (Explanatory Variables) Johnston ยังกล่าว เพิ่มเติมว่าแม้ว่าความสัมพันธ์ที่แท้จริงระหว่างตัวรบกวน (Disturbances) ที่มาจากต่างสมการจะมี ค่าเท่ากับศูนย์ส่วนที่เหลือ (Residuals) จากกำลังสองน้อยที่สุดของตัวอย่าง (Sample) อาจจะทำให้ การคำนวณค่าประมาณแบบกำลังสองน้อยที่สุดอาจผิดพลาดไปก็ได้ ซึ่งผลลัพธ์ก็จะได้ว่ามีความ คลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard errors) สูงกว่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่าประมาณ (Estimates) ที่ได้จากการวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Squares) ประสิทธิภาพของตัวประมาณค่า

β_{SURE} จะยังคงเหนือกว่า β_{OLS} แม้ว่าความสัมพันธ์ของตัว รบกวนจะมีค่าน้อยมากก็ตาม แต่ถ้าหาก ความสัมพันธ์ดังกล่าวเพิ่มขึ้นประสิทธิภาพของ β_{SURE} ที่มีเหนือกว่า β_{OLS} ก็จะเพิ่มขึ้นอย่างเห็นชัด ที่เดียว ดังนั้น ถ้าเป็นลักษณะแบบจำลองเป็นเซตของ สมการเดียวควรใช้ β_{SURE} มากกว่า β_{OLS}

3.3.3.3 แบบจำลองโพรบิตแบบเรียงลำดับ Ordered probit

แบบจำลอง Oredered Probit ได้พัฒนามาจากแบบจำลอง Probit ซึ่งแบบจำลองแบบ Probit เป็นแบบจำลองแบบสองทางเลือก (Binary Choice Models) ซึ่งแบบจำลองนี้ใช้ในการหา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ในแบบจำลองนี้จะพิจารณาจากค่าจากทางเลือก สองทาง คือ 0 และ 1 แต่จะอธิบายตัวแปรเพียงตัวแปรเดียว

รูปแบบของแบบจำลอง Probit จะใช้หลักการของความน่าจะเป็นเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถ อธิบายได้จากเงื่อนไข ดังนี้

$$P_r = (Y = 1 | X) = \Phi(x'\beta); X = x'\beta$$

เมื่อ $P_r =$ ความน่าจะเป็น

$\Phi =$ การแจกแจงสะสม (Cumulative Distribution Function: CDF) ของการแจกแจงปกติ

$\beta =$ ค่าพารามิเตอร์ที่ประมาณจาก Maximum Likelihood

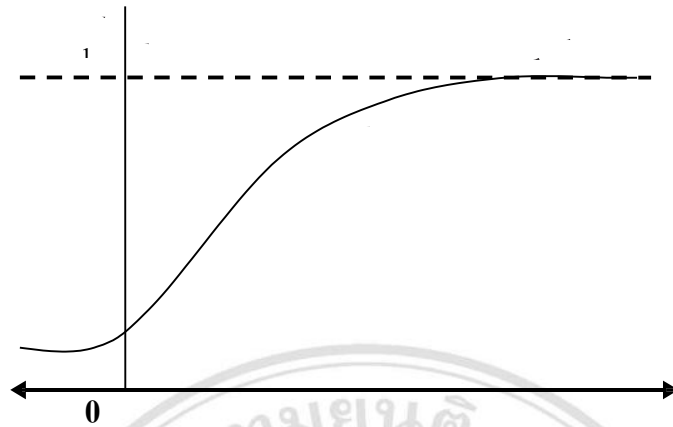
แบบจำลอง Probit

$$Y^* = x'\beta + \varepsilon \sim N(0,1)$$

โดย Y จะขึ้นอยู่กับตัวแปรแฝงที่มีค่าเป็นบวก (Positive) คือค่า 0 และ 1

$$Y = 1_{\{Y^* > 0\}} = \begin{cases} 1 & \text{if } Y^* > 0 \text{ นั่นคือ } -\varepsilon \\ 0 & \end{cases}$$

ซึ่งค่าตัวแปรแฝงทั้งสองค่าจะใช้อธิบายทางเลือกในการตัดสินใจที่เกิดขึ้นในสมการ (Albert 1993; อารี วิบูลย์พงศ์ 2549)



การแจกแจงแบบ Probit

ที่มา : (Albert 1993; อารี วิบูลย์พงศ์ 2549)

ในส่วนของแบบจำลอง Ordered Probit จะมีลักษณะที่แตกต่างออกไปจากแบบจำลอง Probit คือ ในแบบจำลอง Ordered Probit นั้นจะมีทางเลือกที่มากกว่า 2 ทางขึ้นไป โดยที่ Y จะ ขึ้นอยู่กับตัวแปรแฝงที่มีค่าเป็นบวก (Positive) คือ ค่า $0, 1, \dots, n$ (Tobin 2009)

$$Y^* = x'\beta + \varepsilon$$

$$Y = \begin{cases} 0 \\ 1 \\ 2 \\ \vdots \\ n \end{cases}$$

โดยที่

$$Y = 0 \text{ ถ้า } y^* \leq 0; P_r(Y = 0 | X) = \Phi(-x'\beta)$$

$$Y = 1 \text{ ถ้า } 0 < y^* \leq \mu_1; P_r(Y = 1 | X) = \Phi(\mu_1 - x'\beta) - \Phi(-x'\beta)$$

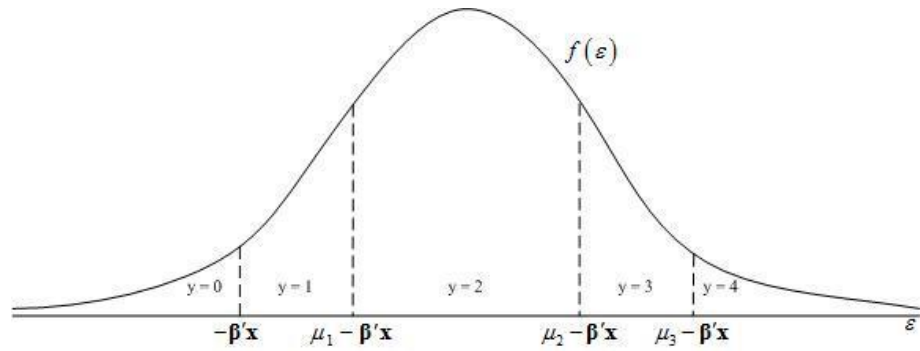
$$Y = 2 \text{ ถ้า } \mu_1 < y^* \leq \mu_2; P_r(Y = 2 | X) = \Phi(\mu_2 - x'\beta) - \Phi(\mu_1 - x'\beta)$$

⋮

$$Y = n \text{ ถ้า } y^* > \mu_{n-1}; P_r(Y = n | X) = 1 - \Phi(\mu_{n-1} - x'\beta)$$

เมื่อ y^* คือ ตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรของ Y ในแบบจำลอง

μ คือ ตัวแปรสุ่มที่สังเกตไม่ได้



การแจกแจงแบบ Ordered Probit

ที่มา: (Greene 2002)

ในการตีความหมายของค่าที่ได้จากแบบจำลอง Ordered Probit ได้อาศัยหลักของความน่าจะเป็นเข้ามาช่วยในการตีความหมาย เนื่องจากค่าทางเลือกที่ได้จากแบบจำลองเป็นค่าของความน่าจะเป็น ซึ่งการตีความหมายของแบบจำลองนั้นจะอาศัยหลักการของ ผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) มาใช้ในการตีความหมายของค่าทางเลือก กล่าวคือ ผลกระทบส่วนเพิ่มของ X ที่มีต่อความน่าจะเป็นที่ทางเลือก $Y = 1$ ถ้ามีค่าเป็นบวกจะหมายความว่าค่าความน่าจะเป็นที่ $Y = 1$ จะสูงขึ้นตามค่าของ X ที่เปลี่ยนไป โดยผลกระทบของ X จะเท่ากับ การคำนวณผลกระทบส่วนเพิ่มดังต่อไปนี้ (อารี วิบูลย์พงษ์ 2549)

$$\text{Marginal Effect}(Y = 1) \frac{\partial \text{Pr}(Y = 1)}{\partial x}$$

ดังนั้น ในการตีความหมายจึงมีการนำค่าผลกระทบส่วนเพิ่มที่ได้จากในทุกตัวแปร X มาดูความสัมพันธ์กับค่าทางเลือกในแบบจำลอง และพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและค่าทางเลือกในแบบจำลอง (Tobin 2009; Leeahtam 2011)

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ตามที่ได้มีการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 444 ราย เพื่อทำการศึกษารื่องการวิเคราะห์การใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล ศึกษาปัจจัยกำหนดการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล และเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลกับความกินคืออยู่ดีของบุคคล

ผลการศึกษานี้จะช่วยให้สามารถเข้าใจได้ว่ามีปัจจัยการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลใดบ้างที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคล เพื่อช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ว่าหากต้องการให้คนในสังคมมีความสุขในการดำเนินชีวิตจะต้องใช้กิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตประเภทใด และกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตประเภทใดที่ไม่ควรนำมาใช้ ตลอดจนสามารถส่งเสริมกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นประโยชน์ในทางสร้างสรรค์ แต่ยังไม่ได้ถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ อีกทั้งยังทำให้ธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการ และสามารถตอบสนองได้ตรงความต้องการของผู้บริโภคผ่านการวิเคราะห์จากความกินคืออยู่ดีของบุคคล รวมถึงเศรษฐกิจดิจิทัลยังเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้มีการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

จากการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 444 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยจำแนกผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้ดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ จังหวัดซึ่งเป็นสถานที่ทำงานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต แอปพลิเคชันในการใช้เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย กิจกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต ค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์หรือบริการ (ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นค่าใช้จ่ายที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต) ซึ่งข้อมูลดังกล่าวถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จังหวัดซึ่งเป็นสถานที่ทำงานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 444 คน

ลำดับที่	จังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	เชียงใหม่	270	60.81
2	กรุงเทพฯ	49	11.04
3	ลำพูน	47	10.59
4	ลำปาง	9	2.03
5	เชียงราย	8	1.80
6	แม่ฮ่องสอน	7	1.58
7	ชลบุรี	6	1.35
8	พะเยา	5	1.13
9	นนทบุรี	4	0.90
10	กำแพงเพชร	3	0.68
11	ระยอง	3	0.68
12	สมุทรปราการ	3	0.68
13	อุทัยธานี	3	0.68
14	ตาก	2	0.45
15	นครปฐม	2	0.45
16	เพชรบูรณ์	2	0.45
17	แพร่	2	0.45
18	ภูเก็ต	2	0.45
19	สุโขทัย	2	0.45
20	อุดรดิตถ์	2	0.45
21	กาญจนบุรี	1	0.23
22	ขอนแก่น	1	0.23
23	ชัยนาท	1	0.23
24	ชัยภูมิ	1	0.23
25	น่าน	1	0.23
26	ปทุมธานี	1	0.23
27	ปราจีนบุรี	1	0.23

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลำดับที่	จังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
28	พิจิตร	1	0.23
29	มหาสารคาม	1	0.23
30	ยโสธร	1	0.23
31	ลพบุรี	1	0.23
32	อำนาจเจริญ	1	0.23
33	อุบลราชธานี	1	0.23
รวมทั้งหมด		444	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 444 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานที่ทำงานอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด รองลงมาคือจังหวัดกรุงเทพฯ จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง จังหวัดเชียงราย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดชลบุรี จังหวัดพะเยา จังหวัดนนทบุรี จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดระยอง จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดตาก จังหวัดนครปฐม จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดแพร่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดสุโขทัย จังหวัดอุดรธานี จังหวัดกาฬจนบุรี จังหวัดขอนแก่น จังหวัดชัยนาท จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดน่าน จังหวัดปทุมธานี จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดพิจิตร จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดยโสธร จังหวัดลพบุรี จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดอุบลราชธานี จำนวนร้อยละ 60.81 ร้อยละ 11.04 จำนวนร้อยละ 10.59 จำนวนร้อยละ 2.03 จำนวนร้อยละ 1.80 จำนวนร้อยละ 5.58 ร้อยละ 1.35 จำนวนร้อยละ 1.13 จำนวนร้อยละ 0.90 จำนวนร้อยละ 0.68 จำนวนร้อยละ 0.45 และจำนวนร้อยละ 0.23 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 444 ราย

ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	ใช่ (คน)	ร้อยละ	ไม่ใช่ (คน)	ร้อยละ
18.01 – 24.00 น.	357	80.41	87	19.59
12.01 – 18.00 น.	217	48.87	227	51.13
06.00 – 12.00 น.	169	38.06	275	61.94
24.01 – 05.59 น.	38	8.56	406	91.44

ที่มา: จากการสำรวจ

ผลการสำรวจพบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. มากที่สุด รองลงมาคือ เวลา 12.01 – 18.00 น. รองลงมาคือ เวลา 06.00 – 12.00 น. และอันดับสุดท้ายคือ เวลา 24.01 – 05.59 น. จำนวนร้อยละ 80.41 ร้อยละ 48.87 ร้อยละ 38.06 และร้อยละ 8.56 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลสถานที่ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 444 ราย

สถานที่ ที่ใช้อินเทอร์เน็ต	ใช้ (คน)	ร้อยละ	ไม่ใช้ (คน)	ร้อยละ
1. บ้าน	335	75.45	109	24.55
2. สถานที่ทำงาน	283	63.74	161	36.26
3. ร้านกาแฟ	126	28.38	318	71.62
4. ศูนย์การค้า	74	16.67	370	83.33
5. อินเทอร์เน็ต คาเฟ่	37	8.33	407	91.67
6. ศูนย์ไอทีชุมชน	15	3.38	429	96.62

ที่มา: จากการสำรวจ

ผลการสำรวจพบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านมากที่สุด รองลงมาคือ สถานที่ทำงาน ร้านกาแฟ ศูนย์การค้า อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ และอันดับสุดท้ายศูนย์ไอทีชุมชน จำนวนร้อยละ 75.45 ร้อยละ 63.74 ร้อยละ 28.38 ร้อยละ 16.67 ร้อยละ 8.33 และร้อยละ 3.38 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลการใช้แอปพลิเคชันในการใช้เว็บไซต์โซเชียลมีเดีย ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 444 ราย

แอปพลิเคชันในการใช้เว็บไซต์โซเชียลมีเดีย	ใช้ (คน)	ร้อยละ	ไม่ใช้ (คน)	ร้อยละ
1. Line	396	89.19	48	10.81
2. Facebook	384	86.49	60	13.51
3. Google	327	73.65	117	26.35
4. Youtube	314	70.72	130	29.28
5. Instagram	183	41.22	261	58.78
6. แอปพลิเคชันสำหรับถ่ายรูปและตกแต่งรูป	166	37.39	278	62.61
7. แอปพลิเคชันเกมส์	122	27.48	322	72.52
8. TV online	69	15.54	375	84.46

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

แอปพลิเคชันในการใช้เว็บไซต์โซเชียลมีเดีย	ใช้ (คน)	ร้อยละ	ไม่ใช้ (คน)	ร้อยละ
9. Skype	39	8.78	405	91.22
10. What App	32	7.21	412	92.79
11. MSN	26	5.86	418	94.14

ที่มา: จากการสำรวจ

ผลการสำรวจพบว่า มีผู้ใช้แอปพลิเคชัน Line ในการใช้เว็บไซต์โซเชียลมีเดียมากที่สุด รองลงมาคือ Facebook, Google, Youtube, Instagram, แอปพลิเคชันสำหรับถ่ายรูปและตกแต่งรูป แอปพลิเคชันเกมส์, TV online, Skype, What App และอันดับสุดท้าย MSN จำนวนร้อยละ 89.19 ร้อยละ 86.49 ร้อยละ 73.65 ร้อยละ 70.72 ร้อยละ 41.22 ร้อยละ 37.39 ร้อยละ 27.48 ร้อยละ 15.54 ร้อยละ 8.78 ร้อยละ 7.21 และร้อยละ 5.86 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลกิจกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต ของใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 444 ราย

ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อกิจกรรมใด	ใช้ (คน)	ร้อยละ	ไม่ใช้ (คน)	ร้อยละ
1. การพบปะพูดคุย, คุยโทรศัพท์, เครือข่ายสังคมออนไลน์	337	75.90	107	24.10
2. ฟังเพลง	281	63.29	163	36.71
3. อ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	249	56.08	195	43.92
4. คุุภาพยนตร์	243	54.73	201	45.27
5. ดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	186	41.89	258	58.11
6. ซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์	181	40.77	263	59.23
7. การเรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	175	39.41	269	60.59
8. เล่นเกมส์ออนไลน์	163	36.71	281	63.29
9. ทำธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking)	161	36.26	283	63.74
10. อัฟโหลด แชรรูปภาพ/วิดีโอ (VDO ออนไลน์)	158	35.59	286	64.41

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อกิจกรรมใด	ใช้ (คน)	ร้อยละ	ไม่ใช้ (คน)	ร้อยละ
11. การซื้อตัวเครื่องบีนออนไลน์	158	35.59	286	64.41
12. Applications	127	28.60	317	71.40
13. การจองห้องพักออนไลน์	110	24.77	334	75.23
14. การติดตั้ง Software	79	17.79	365	82.21
15. สื่อโฆษณา	79	17.79	365	82.21
16. การซื้อขายหุ้นออนไลน์	48	10.81	396	89.19
17. VDO คอนเฟอร์เรนซ์	28	6.31	416	93.69
18. การลงโฆษณา	18	4.05	426	95.95
19. การใช้บริการทางการแพทย์ออนไลน์	15	3.38	429	96.62

ที่มา: จากการสำรวจ

ผลการสำรวจพบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการพบปะพูดคุย คุยโทรศัพท์ เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ การฟังเพลง การอ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การดูภาพยนตร์ การดาวน์โหลดข้อมูล การซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การเรียนรู้ออนไลน์ การเล่นเกมออนไลน์ การทำธุรกรรมทางการเงิน การอัปโหลด แชรรูปภาพ/วิดีโอ (VDO ออนไลน์) การซื้อตัวเครื่องบีนออนไลน์ การใช้ Applications การจองห้องพักออนไลน์ การติดตั้ง Software สื่อโฆษณา การซื้อขายหุ้นออนไลน์ การใช้ VDO คอนเฟอร์เรนซ์ การลงโฆษณา และอันดับสุดท้าย การใช้บริการทางการแพทย์ออนไลน์ จำนวนร้อยละ 75.90 ร้อยละ 63.29 ร้อยละ 56.08 ร้อยละ 54.73 ร้อยละ 41.89 ร้อยละ 40.77 ร้อยละ 39.41 ร้อยละ 36.71 ร้อยละ 36.26 ร้อยละ 35.59 ร้อยละ 35.59 ร้อยละ 28.60 ร้อยละ 24.77 ร้อยละ 17.79 ร้อยละ 17.79 ร้อยละ 10.81 ร้อยละ 6.31 ร้อยละ 4.05 และอันดับสุดท้าย ร้อยละ 3.38 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านี้บาทต่อเดือน (ค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อเดือนซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นค่าใช้จ่ายที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 444 ราย

ค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านี้บาทต่อเดือน (ค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อเดือนซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นค่าใช้จ่ายที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต)	ค่าต่ำสุด (บาทต่อเดือน)	ค่าเฉลี่ย (บาทต่อเดือน)	ค่าสูงสุด (บาทต่อเดือน)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (บาทต่อเดือน)
1. การซื้อขายหุ้นออนไลน์ (บาท/เดือน)	0	55,974.75	5,000,000.00	502,520.78
2. ทำธุรกรรมทางการเงิน	0	11,423.03	500,000.00	45,378.51
3. การซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ (บาท/เดือน)	0	1,578.37	30,000.00	3,828.92
4. ซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ (บาท/เดือน)	0	998.88	20,000.00	1,938.20
5. การจองห้องพักออนไลน์ (บาท/เดือน)	0	998.02	20,000.00	2,759.06
6. การพบปะพูดคุย, คุยโทรศัพท์, เครือข่ายสังคมออนไลน์ (บาท/เดือน)	0	402.66	2,000.00	356.35
7. ดูภาพยนตร์ (บาท/เดือน)	0	252.61	2,000.00	306.17
8. เล่นเกมออนไลน์ (บาท/เดือน)	0	184.47	10,000.00	1,000.93
9. ฟังเพลง (บาท/เดือน)	0	122.57	10,000.00	903.52
10. สื่อโฆษณา (บาท/เดือน)	0	91.55	3,000.00	414.76
11. การลงโฆษณา (บาท/เดือน)	0	49.44	3,000.00	334.77
12. อีพ็อด แชรร์รูปภาพ/วิดีโอ (VDO ออนไลน์) (บาท/เดือน)	0	21.89	631	94.14
13. Applications (บาท/เดือน)	0	21.57	500	77.74
14. อ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (บาท/เดือน)	0	18.32	350	58.83

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ หรือบริการเหล่านี้บาทต่อเดือน (ค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อเดือนซึ่งไม่ จำเป็นต้องเป็นค่าใช้จ่ายที่ซื้อผ่าน อินเทอร์เน็ต)	ค่าต่ำสุด (บาทต่อ เดือน)	ค่าเฉลี่ย (บาทต่อ เดือน)	ค่าสูงสุด (บาทต่อ เดือน)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (บาทต่อ เดือน)
15. การเรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning) (บาท/เดือน)	0	11.58	500	61.22
16. ดาวน์โหลดข้อมูล (Database online) (บาท/เดือน)	0	8.51	500	53.7
17. การติดตั้ง Software (บาท/เดือน)	0	5.38	500	51.85
18. VDO คอนเฟอร์เรนซ์ (บาท/เดือน)	0	0.23	20	2.14
19. การใช้บริการทางการแพทย์ ออนไลน์ (บาท/เดือน)	0	0	0	0

ที่มา: จากการสำรวจ

ผลการสำรวจพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ ทำธุรกรรมทางการเงิน การซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ การซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การจองห้องพักออนไลน์ การพบปะพูดคุย คุยโทรศัพท์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ การดูภาพยนตร์ การเล่นเกมออนไลน์ การฟังเพลง สื่อโฆษณา การลงโฆษณา การอัปโหลด แชรรูปภาพ/วิดีโอ (VDO ออนไลน์) การใช้ Applications การอ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การเรียนรู้ออนไลน์ การดาวน์โหลดข้อมูล การติดตั้ง Software VDO คอนเฟอร์เรนซ์ และอันดับสุดท้ายคือการใช้บริการทางการแพทย์ออนไลน์ โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 55,974.75 บาท 11,423.03 บาท 1,578.37 บาท 998.88 บาท 998.02 บาท 402.66 บาท 252.61 บาท 184.47 บาท 122.57 บาท 91.55 บาท 49.44 บาท 21.89 บาท 21.57 บาท 18.32 บาท 11.58 บาท 8.51 บาท 5.38 บาท 0.23 บาท และ 0.00 บาท ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.6)

4.2 วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล เมื่อพิจารณาปัจจัยหลักแต่ละตัวซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยจากปัจจัยย่อยของแต่ละตัว โดยมีผลต่อค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ ข้อมูลดังกล่าวถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้ แบบจำลอง Random Utility Theory ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่า ปัจจัยที่มีผล มีดังต่อไปนี้

4.2.1 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศ (X1) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) อายุ (X2) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) การใช้อินเทอร์เน็ตประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้าน (Z6) (มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต (Z8) (มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็น ผู้หญิงซึ่งมีอายุน้อย และมีการใช้อินเทอร์เน็ตประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้าน ประกอบกับการใช้ ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตที่สูง จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์ที่มากกว่า (ดังตารางที่ 4.7)

4.2.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณาซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุ (X2) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (X5) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ (Z4) (มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุ น้อย ไม่ใช่พนักงานบริษัทเอกชนและมักจะเดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ จะมีค่าใช้จ่ายในด้าน สื่อโฆษณาที่สูงกว่า (ดังตารางที่ 4.8)

4.2.3 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการฟังเพลง ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุ (X2) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มี อายุ น้อย จะมีค่าใช้จ่ายในการฟังเพลงที่สูงกว่า (ดังตารางที่ 4.9)

4.2.4 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมส์ออนไลน์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วย แบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุ (X2) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อย จะมีค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมส์ออนไลน์ที่สูงกว่า (ดังตารางที่ 4.10)

4.2.5 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการพบปะพูดคุย คุยโทรศัพท์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศ (X1) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) สถานภาพสมรส (X3) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นผู้หญิงและมีสถานภาพโสดจะมีค่าใช้จ่ายในการพบปะพูดคุย คุยโทรศัพท์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สูงกว่า (ดังตารางที่ 4.11)

4.2.6 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ (Z4) (มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (Z5) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ที่สูงกว่าและผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ที่สูงกว่า เนื่องจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ขาดความมั่นใจในระบบ กลัวความผิดพลาด และรูปแบบของการโฆษณาขายสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งไม่ได้ถูกสร้างมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคเพียงพอ (ดังตารางที่ 4.12)

4.2.7 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน เนื่องจากผู้บริโภคไม่มั่นใจในความปลอดภัยของระบบ (ดังตารางที่ 4.13)

4.2.8 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุ (X2) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อย จะมีค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications ที่สูงกว่า (ดังตารางที่ 4.14)

4.2.9 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการอ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (X5) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (Z5) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่

ไม่ได้เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือแท็บเล็ต มีค่าใช้จ่ายในการอ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่สูงกว่า (ดังตารางที่ 4.15)

4.2.10 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์ เนื่องจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีการใช้เพื่อความบันเทิงเท่านั้น ยังไม่ได้มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมมากเท่าที่ควร (ดังตารางที่ 4.16)

4.2.11 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง Software ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุ (X2) (มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุมาก จะมีค่าใช้จ่ายค่าใช้ในการติดตั้ง Software ที่สูงกว่า (ดังตารางที่ 4.17)

4.2.12 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดข้อมูล ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ รายได้ (X8) (มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีรายได้สูง จะมีค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดข้อมูล ที่สูงกว่า (ดังตารางที่ 4.18)

4.2.13 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (X7) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนน้อย จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์ที่สูงกว่า (ดังตารางที่ 4.19)

4.2.14 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน (X5) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่ได้เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ที่สูงกว่า (ดังตารางที่ 4.20)

4.2.15 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการจองห้องพักออนไลน์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE) พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ สถานภาพสมรส (X3) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) จำนวน

สมาชิกในครัวเรือน (X7) (มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีสถานภาพ โสด และผู้ที่สมรสในครัวเรือนจำนวนมาก จะมีค่าใช้จ่ายในการจองห้องพักออนไลน์ที่สูงกว่า (ดังตารางที่ 4.21)

4.3 วัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ ดิจิทัลกับความกินดีอยู่ดีของบุคคล

เมื่อพิจารณาปัจจัยหลักแต่ละตัวซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยจากปัจจัยย่อยของแต่ละตัว โดยมีผลต่อค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ ข้อมูลดังกล่าวถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้ แบบจำลอง Ordered Probit พบว่า ปัจจัยที่มีผล มีดังต่อไปนี้

4.3.1 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคลด้านอาหารการกินมีความอุดมสมบูรณ์ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Ordered Probit พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณา (E2) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) ค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์ (E14) (มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) ค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ (E15) (มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายด้านสื่อ โฆษณาน้อย มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์และซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์มาก จะมีความสุขด้านความอุดมสมบูรณ์ของอาหารการกินมากกว่า (ดังตารางที่ 4.22)

4.3.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคลด้านการเดินทางสะดวกรวดเร็วซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Ordered Probit พบว่าไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับการมีความสุขด้านการเดินทางสะดวกรวดเร็ว เนื่องจากความสุขด้านการเดินทางสะดวกรวดเร็ว อาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่นอกเหนือจากที่ได้กำหนด และไม่ว่าจะมีแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแล้ว แต่ก็เสี่ยงไม่ได้ที่จะเผชิญกับภาวะการจราจรติดขัด (ดังตารางที่ 4.23)

4.3.3 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคลด้านการออกกำลังกายเป็นประจำซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Ordered Probit พบว่าไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับการมีความสุขด้านการออกกำลังกาย เนื่องจากความสุขจากการออกกำลังกายอาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่นอกเหนือจากที่ได้กำหนด ทั้งยังขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคลซึ่งหากไม่ต้องการออกกำลังกายแล้วย่อมหาความสุขจากสิ่งนี้ได้ยาก (ดังตารางที่ 4.24)

4.3.4 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคลด้านทำงานอย่างมีความสุข ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Ordered Probit พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการ

เรียนรู้ออนไลน์ (E11) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) ค่าใช้จ่ายในคาวาน์โหลดข้อมูล (E13) (มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์น้อย และมีค่าใช้จ่ายในคาวาน์โหลดข้อมูลมาก จะมีความสุขในการทำงานมากกว่า (ดังตารางที่ 4.25)

4.3.5 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านการทำงานอดิเรก ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Ordered Probit พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายการซื้อตัวเครื่องบิออนไลน์ (E15) (มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบิออนไลน์มาก จะมีความสุขในการทำงานอดิเรกมากกว่า (ดังตารางที่ 4.26)

4.3.6 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านมีครอบครัวที่มีความสุข ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Ordered Probit พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์ (E1) (มีความสัมพันธ์เชิงลบ โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์น้อย จะมีครอบครัวที่มีความสุขมากกว่า (ดังตารางที่ 4.27)

4.3.7 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านการได้สังสรรค์กับเพื่อนอย่างมีความสุข ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Ordered Probit พบว่าไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับการมีความสุขด้านการได้สังสรรค์กับเพื่อน เนื่องจากการได้สังสรรค์กับเพื่อนซึ่งอาจจะอยู่กับปัจจัยอื่นที่นอกเหนือจากที่ได้กำหนด อีกทั้งความสุขจากการได้สังสรรค์กับเพื่อนๆ จากการพบเจอกันจริงๆ ย่อมมีความสุขมากกว่าการพูดคุยผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต (ดังตารางที่ 4.28)

4.3.8 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านการหาความรู้เป็นประจำ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Ordered Probit พบว่าไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับการมีความสุขด้านการหาความรู้เป็นประจำ ซึ่งอาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่นอกเหนือจากที่ได้กำหนด อีกทั้งสื่อการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ยังไม่สามารถเข้าถึงผู้เรียนได้มากเท่าที่ควร เพราะผู้เรียนจะต้องมีความรับผิดชอบสูง และเกิดจากการใฝ่รู้ ใฝ่เรียนส่วนบุคคลอีกด้วย (ดังตารางที่ 4.29)

4.3.9 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านสามารถสร้างรายได้ได้อย่างมากมาย ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Ordered Probit พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications (E9) (มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) หมายความว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications มาก จะมีความสุขจากการสร้างรายได้มากกว่า (ดังตารางที่ 4.30)

4.3.10 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคลด้านการมีความสุข และ สันติภาพในชีวิต ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Ordered Probit พบว่าไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญ ทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับความสุข และสันติภาพในชีวิต ซึ่งอาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่ นอกเหนือจากที่ได้กำหนด และเนื่องจากไม่ว่าคนเราจะเสียเงินเพื่อใช้จ่ายผ่านกิจกรรมต่างๆ บน อินเทอร์เน็ต แต่ก็ไม่ได้ทำให้ตนเองรู้สึกมีความสุขและสันติภาพในชีวิตเลย (ดังตารางที่ 4.31)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อสรุป

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์การใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล ศึกษาปัจจัยกำหนดการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล และวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลกับความกินดีอยู่ดีของบุคคล โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูลจำนวน 444 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา เพื่อบรรยายผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล ประกอบกับวิธี Seemingly Unrelated Regression เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล ใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยวิธี Ordered Probit เพื่อหาผลกระทบของการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลกับความกินดีอยู่ดีของบุคคล ได้ข้อสรุปโดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

5.1.1 วัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล

ตามที่ได้ทำการสำรวจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานที่ทำงานอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด จำนวนร้อยละ 60.81 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนมากจะใช้อินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. มากกว่าร้อยละ 80 โดยส่วนใหญ่แล้วจะใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน มากกว่าร้อยละ 75 และมีการใช้แอปพลิเคชันไลน์ (Line) มากที่สุดในการใช้เว็บไซต์โซเชียลมีเดีย มากกว่าร้อยละ 89 เพื่อกิจกรรมในการการพบปะพูดคุย คุยโทรศัพท์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ มากกว่าร้อยละ 75 และพบว่ามีค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมการซื้อขายหุ้นออนไลน์ โดยเฉลี่ยเท่ากับ 55,974.75 บาท/เดือน ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ใช้เพื่อความบันเทิงเท่านั้น ยังไม่ได้มีการนำประโยชน์และคุณค่าของอินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อแสวงหาความรู้เพิ่มเติม หรือสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นเท่าที่ควร

5.1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษาปัจจัยกำหนดการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล

ตามที่ได้ใช้ตัวแปรย่อยในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลในการดูภาพยนตร์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นผู้หญิง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อย และมีการใช้อินเทอร์เน็ตประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้าน ประกอบกับมีการใช้ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตที่สูง จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์ที่มากกว่า
2. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลด้านสื่อโฆษณา จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อย ที่ไม่ได้เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมักจะเดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ จะมีค่าใช้จ่ายในด้านสื่อโฆษณาที่สูงกว่า
3. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการฟังเพลง จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อย จะมีค่าใช้จ่ายในการฟังเพลงที่สูงกว่า
4. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมส์ออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อย จะมีค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมส์ออนไลน์ที่สูงกว่า
5. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการพบปะพูดคุย คุยโทรศัพท์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นผู้หญิงและมีสถานภาพโสดจะมีค่าใช้จ่ายในการพบปะพูดคุย, คุยโทรศัพท์, เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สูงกว่า
6. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ ผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ที่สูงกว่า เนื่องจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตขาดความมั่นใจในระบบ กลัวความผิดพลาด และรูปแบบของการโฆษณาขายสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งไม่ได้ถูกสร้างมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ
7. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน จากการศึกษาพบว่า ไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน เนื่องจากผู้บริโภคไม่มั่นใจในความปลอดภัยของระบบ
8. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อย จะมีค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications ที่สูงกว่า
9. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการอ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่ได้เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือแท็บเล็ต มีค่าใช้จ่ายในการอ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่สูงกว่า

10. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์ จากการศึกษาพบว่าไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์ เนื่องจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีการใช้เพื่อความบันเทิงเท่านั้น ยังไม่ได้มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมมากเท่าที่ควร

11. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง Software จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุมาก จะมีค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง Software ที่สูงกว่า

12. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดข้อมูล จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีรายได้สูง จะมีค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดข้อมูลที่สูงกว่า

13. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนน้อย จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์ที่สูงกว่า

14. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่ได้เป็นพนักงานบริษัทเอกชนจะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ที่สูงกว่า

15. ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการจองห้องพักออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีสถานภาพโสด และผู้ที่มีสมาชิกในครัวเรือนจำนวนมาก จะมีค่าใช้จ่ายในการจองห้องพักออนไลน์ที่สูงกว่า

ดังที่ได้แสดงในตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล จำแนกออกเป็น 15 ด้าน ได้แก่

ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล	ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล
1. ด้านการดูภาพยนตร์	1. เพศหญิง
	2. อายุน้อย
	3. การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบประจำที่
	4. จำนวนชั่วโมงเวลาของการใช้งานยาวนาน
2. ด้านสื่อโฆษณา	1. อายุน้อย
	2. ไม่ได้เป็นพนักงานบริษัทเอกชน
	3. เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ
3. ด้านการฟังเพลง	1. อายุน้อย
4. การเล่นเกมออนไลน์	1. อายุน้อย
5. การพบปะพูดคุย คุยโทรศัพท์ เครือข่ายสังคมออนไลน์	1. เพศหญิง
	2. สถานภาพโสด
6. การซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์	1. เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ
	2. ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล	ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล
7. การทำธุรกรรมทางการเงิน	ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน
8. การใช้ Applications	1. อายุน้อย
9. การอ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/ Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	1. ไม่ได้เป็นพนักงานบริษัทเอกชน
	2. ไม่ใช่อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือแท็บเล็ต
10. การเรียนรู้ออนไลน์	ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน
11. การติดตั้ง Software	1. อายุมาก
12. การดาวน์โหลดข้อมูล	1. มีรายได้สูง
13. การซื้อขายหุ้นออนไลน์	1. มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนน้อย
14. การซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์	1. ไม่ได้เป็นพนักงานบริษัทเอกชน
15. การจองห้องพักออนไลน์	1. มีสถานภาพโสด
	2. ผู้ที่มีสมาชิกในครัวเรือนจำนวนมาก

ที่มา: จากการสำรวจ

5.1.3 วัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์ผลกระทบของค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลกับความกินดีอยู่ดีของบุคคล

ผู้ศึกษาได้ใช้ตัวแปรย่อยในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคลด้านอาหารการกินมีความอุดมสมบูรณ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณาน้อย มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์และซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์มาก จะมีความสุขด้านความอุดมสมบูรณ์ของอาหารการกินมากกว่า

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคลด้านการเดินทางสะดวกรวดเร็ว จากการศึกษาพบว่า ไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับการมีความสุขด้านการเดินทางสะดวกรวดเร็ว เนื่องจากความสุขด้านการเดินทางสะดวกรวดเร็ว อาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่นอกเหนือจากที่

ได้กำหนด และไม่ว่าจะมีแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแล้ว แต่ก็เลี้ยงไม่ได้ที่จะเผชิญกับภาวะการจราจรติดขัด

3. ปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านการออกกำลังกายเป็นประจำ จากการศึกษาพบว่า ไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับการมีความสุขด้านการออกกำลังกาย เนื่องจากความสุขจากการออกกำลังกายอาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่นอกเหนือจากที่ได้กำหนด ทั้งยังขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคลซึ่งหากไม่ต้องการออกกำลังกายแล้วย่อมมีความสุขจากสิ่งนี้ได้ยาก

4. ปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านการทำงานอย่างมีความสุข จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์น้อย และมีค่าใช้จ่ายในดาวน์โหลดข้อมูลมาก จะมีความสุขในการทำงานมากกว่า

5. ปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านการทำงานอดิเรก จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์มาก จะมีความสุขในการทำงานอดิเรกมากกว่า

6. ปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านการมีครอบครัวที่มีความสุข จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์น้อย จะมีครอบครัวที่มีความสุขมากกว่า

7. ปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านได้สังสรรค์กับเพื่อนอย่างมีความสุข จากการศึกษาพบว่า พบว่าไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับการมีความสุขด้านการได้สังสรรค์กับเพื่อน เนื่องจากการได้สังสรรค์กับเพื่อนซึ่งอาจจะอยู่กับปัจจัยอื่นที่นอกเหนือจากที่ได้กำหนด อีกทั้งความสุขจากการได้สังสรรค์กับเพื่อนๆ จากการพบเจอกันจริงๆ ย่อมมีความสุขมากกว่า การพูดคุยผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต

8. ปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านการหาความรู้เป็นประจำ จากการศึกษาพบว่า ไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับการมีความสุขด้านการหาความรู้เป็นประจำ ซึ่งอาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่นอกเหนือจากที่ได้กำหนด อีกทั้งสื่อการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ยังไม่สามารถเข้าถึงผู้เรียนได้มากเท่าที่ควร เพราะผู้เรียนจะต้องมีความรับผิดชอบสูง และเกิดจากการใฝ่รู้ ใฝ่เรียนส่วนบุคคลอีกด้วย

9. ปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านสามารถสร้างรายได้ได้อย่างมากมาย จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications มาก จะมีความสุขจากการสร้างรายได้มากกว่า

10. ปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านมีความสุข และสันติภาพในชีวิต จากการศึกษาพบว่า ไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับการมีความสุข และ

สันติภาพในชีวิต ซึ่งอาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่นอกเหนือจากที่ได้กำหนด และเนื่องจากไม่ว่าคนเราจะเสียเงินเพื่อใช้จ่ายผ่านกิจกรรมต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต แต่ก็ไม่ได้ทำให้ตนเองรู้สึกมีความสุข และสันติภาพในชีวิตเลย

ดังที่ได้แสดงในตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8 ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคล จำแนกออกเป็น 10 ด้าน ได้แก่

ความกินดีอยู่ดีของบุคคล	ปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคล
1. ด้านอาหารการกินมีความอุดมสมบูรณ์	1. ค่าใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณาน้อย
	2. ค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์มาก
	3. ค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบิออนไลน์มาก
2. ด้านการเดินทางสะดวกรวดเร็ว	ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในด้านการเดินทางสะดวกรวดเร็ว
3. ด้านการออกกำลังกายเป็นประจำ	ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในด้านการออกกำลังกายเป็นประจำ
4. ด้านการทำงานอย่างมีความสุข	1. ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์น้อย
	2. มีค่าใช้จ่ายในค่านีโหลดข้อมูลมาก
5. ด้านการทำงานอดิเรก	1. ค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบิออนไลน์มาก
6. ด้านการมีครอบครัวที่มีความสุข	2. ค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์น้อย
7. ด้านการได้สังสรรค์กับเพื่อนอย่างมีความสุข	ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในด้านการออกกำลังกายเป็นประจำ
8. ด้านการหาความรู้เป็นประจำ	ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในด้านการออกกำลังกายเป็นประจำ
9. ด้านสามารถสร้างรายได้ได้อย่างมากมาย	1. ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications มาก
10. ด้านการมีความสุข และสันติภาพในชีวิต	ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในด้านการออกกำลังกายเป็นประจำ

ที่มา: จากการสำรวจ

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสถานที่ทำงานอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด จำนวนร้อยละ 60.81 โดยส่วนใหญ่แล้วจะใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน มากกว่าร้อยละ 75 และจะใช้อินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. มากกว่าร้อยละ 80 และมีการใช้แอปพลิเคชันไลน์ (Line) มากที่สุด โดยมีการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์โซเชียลมีเดีย มากกว่าร้อยละ 89 เพื่อกิจกรรมในการการพบปะพูดคุยคุยโทรศัพท์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ มากกว่าร้อยละ 75 และพบว่ามีค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมการซื้อขายหุ้นออนไลน์โดยเฉลี่ยเท่ากับ 55,974.75 บาท/เดือน ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ใช้เพื่อความบันเทิงเท่านั้น ยังไม่ได้มีการนำประโยชน์และคุณค่าของอินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อแสวงหาความรู้เพิ่มเติม หรือสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้นอย่างแท้จริง ส่วนด้านผลกระทบของการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลกับความกินดีอยู่ดีของบุคคล พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณาน้อย มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์และซื้อตัวเครื่องบิออนไลน์มาก จะมีความสุขด้านความอุดมสมบูรณ์ของอาหารการกินที่มากกว่า และพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์น้อย และมีค่าใช้จ่ายในดาวน์โหลดข้อมูลมาก จะมีความสุขในการทำงานที่มากกว่า ส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบิออนไลน์มาก จะมีความสุขในการทำงานอดิเรกที่มากกว่า และพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์น้อย จะมีความสุขที่มากกว่า ส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications มาก จะมีความสุขจากการสร้างรายได้ได้อย่างมากมาย (รายได้เสริม) ที่มากกว่า

ผลการศึกษานี้จะช่วยให้สามารถเข้าใจได้ว่ามีปัจจัยการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลใดบ้างที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคล เพื่อช่วยให้รัฐบาลสามารถสามารถตัดสินใจได้ว่าหากต้องการให้คนในสังคมมีความสุขในการดำเนินชีวิตจะต้องใช้กิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตประเภทใด และกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตประเภทใดที่ไม่ควรนำมาใช้ ตลอดจนสามารถส่งเสริมกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นประโยชน์ในทางสร้างสรรค์ แต่ยังไม่ได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ อีกทั้งยังทำให้ธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการ สามารถตอบสนองได้ตรงความต้องการผ่านการวิเคราะห์จากความกินดีอยู่ดีของผู้บริโภค รวมถึงเศรษฐกิจดิจิทัลจะเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้มีการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

5.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ควรใช้วิธีการตั้งคำถามในส่วนค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านกิจกรรมออนไลน์ ในลักษณะที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบเป็นเปอร์เซ็นต์การใช้งาน โดยเชื่อมโยงจากข้อค่าใช้จ่ายรวม จะทำให้ได้รับความร่วมมือจากผู้ตอบเป็นอย่างมากและได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

2. ควรมีวิธีการกระจายวิธีการสำรวจข้อมูลให้มีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากการกระจายแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์แล้วควรมีการสังเกตพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต รวมถึงการสุ่มสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เอกสารอ้างอิง

- กมล บุญบา. 2554. โครงการ **Research Zone (2011): Phase 52 “หลักการเลือกใช้สถิติในงานวิจัย”**.
ณ อาคารศูนย์การเรียนรู้ทางการวิจัยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.). (online).
http://rlc.nrct.go.th/ewt_dl.php?nid=903
- กวิน ชินะวงศ์. 2549. **ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ:
กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2525-2534 และ พ.ศ. 2535-2544**. วิทยานิพนธ์
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- คมสัน สุริยะ. 2552. **เศรษฐศาสตร์การพัฒนา: ทฤษฎีสำหรับการวิจัย**. เชียงใหม่:
คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (online). www.tourismlogistics.com
- ฐนัฐ วงศ์สายเชื้อ. 2557. **เอกสารประกอบการสอนสถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัย**.
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (online). http://pirun.ku.ac.th/~fedutnw/teach/chi%20square_16.pdf
- บุษบา มาลาศรี. 2544. **พฤติกรรมกรรมการบริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย**.
วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปรีช วงศ์วานชาติ. 2544. **พฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรเทพ จักรฤทธิพงศ์. 2556. **ผลของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มีต่อประสิทธิภาพการผลิตของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
เศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริขวัญ เจริญวิริยะกุล. 2551. **ผลของการลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อการเจริญเติบโต
เศรษฐกิจและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มประเทศอาเซียน**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุชาดา กิระนันท์. 2541. **เทคโนโลยีสารสนเทศสถิติ: ข้อมูลในระบบสารสนเทศ**. กรุงเทพมหานคร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุธีร์ ต้นเปาว์ (2544). **ปัจจัยกำหนดอุปสงค์และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตส่วนบุคคลในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2557. **สรุปผลที่สำคัญสำรวจการมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการ
สื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2557**. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551.

- อนุรักษ์ ปรารมภ์. 2555. ผลของการใช้จ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อารี วิบูลย์พงศ์. 2549. "เศรษฐมิติประยุกต์สำหรับการตลาดเกษตร." Retrieved 12 Jan, 2012, from http://web.agri.cmu.ac.th/aec/AEC_Home/web_econometric/link_econ.htm.
- Albert, J. H., & Chi, S, (1993). **"Bayesian Analysis of Binary and Polychotomous Response"**. Journal of the American Statistical Association 88.
- Arnold Zellner (1962). **"An Efficient Method of Estimating Seemingly Unrelated Regressions and Tests for Aggregation Bias"**. Journal of the American Statistical Association. Volume 57, Issue 298, 1962.
- Caroline L. Freund, Diana Weinhold (2004). **"The effect of the Internet on international trade"**. Journal of International Economics 62 (2004) 171 – 189
- Greene, W. H. (2002). **Econometric Analysis**, Pearson Education. Leeahtam, 2011.
- Leeahtam, P., Sriboonjit, J., Sriboonchitta, S., Chaitip, P., Chaiboonsri, C., & Calkins, P. H, (2011). **"Efficiency and Satisfaction Evaluation of Thailand's Universal Health Care in Meeting the Millenium Development Goals"**. Intelligent Technologies and Applied Statistics 4(3): 303-326.
- Meijers, H. 2007. **ICT externalities: Evidence from cross country data.** (Online). <http://www.merit.unu.edu>, November 13, 2007.
- Tobin, J. L. (2009). **"Ordered Probit"**. Retrieved 16 Jan, 2012, from <http://web.ics.purdue.edu/~jltobias/674/oprobit.pdf>.
- Wunder, C. (2009). **"Adaptation to income over time: A weak point of subjective well-being"**. Schmollers Jahrbuch, 129, 269–281.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบจำลอง Random Utility Theory ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

Equation	Obs	Parms	RMSE	R-sq	chi2	P
X1: เพศ (Male)	75	15	247.6686	0.266	27.17	0.0273
X2: อายุ (Age)	75	15	246.0165	0.537	87	0
X3: สถานภาพสมรส (Married)	75	15	24.03101	0.5123	78.77	0
X4: วุฒิกการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป (Bachelor up)	75	15	821.1688	0.5044	76.32	0
X5: อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (Private)	75	15	301.4069	0.4152	53.24	0
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	75	15	676.4126	0.2748	28.41	0.0191
X7: จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (Family member)	75	15	5705.351	0.2015	18.92	0.2173
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	75	15	65.01086	0.3582	41.85	0.0002
Z1: ระยะห่างของที่พักกับ ศูนย์กลางของเมือง (Km.)	75	15	36.32419	0.2297	22.36	0.0986
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคนรักอยู่ที่ ต่างประเทศ (Foreign)	75	15	62.7987	0.128	11.01	0.7518
Z3: เดินทางข้ามจังหวัดเป็นประจำ (Travel)	75	15	52.53127	0.161	14.39	0.4964
Z4: เดินทางไปต่างประเทศเป็น ประจำ (Abroad)	75	15	56.27924	0.0984	8.18	0.9163

Equation	Obs	Parms	RMSE	R-sq	chi2	P
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (MBB)	75	15	4026.561	0.21	19.94	0.1744
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ตประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้านของท่าน (FBB)	75	15	3104.958	0.4845	70.48	0
Z8: ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต (Time net)	75	15	2132.793	0.376	45.19	0.0001

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.7 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลในการดูภาพยนตร์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y1: ค่าใช้จ่ายในการดู ภาพยนตร์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	473.6178	365.204	1.3	0.195	-242.1689	1189.404
X1: เพศ (Male)	-142.8593	65.59876	-2.18	0.029	-271.4305	-14.28809
X2: อายุ (Age)	-12.445	5.330422	-2.33	0.02	-22.89244	-1.997569
X3: สถานภาพสมรส (Married)	2.542504	77.23419	0.03	0.974	-148.8337	153.9187
X4: วุฒิกการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป (Bachelor up)	-75.56281	188.3569	-0.4	0.688	-444.7355	293.6099
X5: อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (Private)	78.61479	74.23327	1.06	0.29	-66.87974	224.1093
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-20.1396	131.9391	-0.15	0.879	-278.7354	238.4562

ตัวแปรตาม: Y1: ค่าใช้จ่ายในการดู ภาพยนตร์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
X7: จำนวนสมาชิกใน ครัวเรือน (Family member)	-21.19108	20.98184	-1.01	0.313	-62.31473	19.93257
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	0.0014683	0.0011418	1.29	0.198	-0.0007697	0.0037062
Z1: ระยะห่างของที่พัก กับศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-0.9286518	1.388996	-0.67	0.504	-3.651034	1.79373
Z2: มีญาติพี่น้องหรือ คนรักอยู่ที่ต่างประเทศ (Foreign)	-56.17165	66.76418	-0.84	0.4	-187.027	74.68373
Z3: เดินทางข้าม จังหวัดเป็นประจำ (Travel)	19.25954	63.1524	0.3	0.76	-104.5169	143.036
Z4: เดินทางไป ต่างประเทศเป็น ประจำ (Abroad)	29.20597	130.5641	0.22	0.823	-226.695	285.107
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ต ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (MBB)	-1.292257	195.3816	-0.01	0.995	-384.2331	381.6486
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ต ประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้ งานที่บ้านของท่าน (FBB)	143.3427	83.44658	1.72	0.086	-20.20965	306.8949

ตัวแปรตาม: Y1: ค่าใช้จ่ายในการดู ภาพยนตร์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Z8: ระยะเวลาในการ ใช้อินเทอร์เน็ต (Time net)	17.06158	6.410595	2.66	0.008	4.497047	29.62612

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.8 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลด้านสื่อโฆษณา ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y2: ค่าใช้จ่าย ด้านสื่อโฆษณา	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	720.6976	362.7679	1.99	0.047	9.685612	1431.71
X1: เพศ (Male)	3.885112	65.16118	0.06	0.952	-123.8284	131.5987
X2: อายุ (Age)	-14.283	5.294865	-2.7	0.007	-24.66075	-3.905256
X3: สถานภาพสมรส (Married)	-31.81957	76.71899	-0.41	0.678	-182.186	118.5469
X4: วุฒิการศึกษาปริญญาตรี ขึ้นไป (Bachelor up)	-101.6398	187.1004	-0.54	0.587	-468.3499	265.0703
X5: อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน (Private)	-142.1619	73.73809	-1.93	0.054	-286.6859	2.36208
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-59.18192	131.0589	-0.45	0.652	-316.0527	197.6889
X7: จำนวนสมาชิกใน ครัวเรือน (Family member)	-25.40186	20.84188	-1.22	0.223	-66.25119	15.44746

ตัวแปรตาม: Y2: ค่าใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณา	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	0.0067959	0.0011342	5.99	0	0.0045729	0.009019
Z1: ระยะห่างของที่พักกับศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-1.234805	1.37973	-0.89	0.371	-3.939027	1.469418
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคนรักอยู่ที่ต่างประเทศ (Foreign)	64.30192	66.31882	0.97	0.332	-65.68058	194.2844
Z3: เดินทางข้ามจังหวัดเป็นประจำ (Travel)	5.696838	62.73114	0.09	0.928	-117.2539	128.6476
Z4: เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ (Abroad)	297.0771	129.6932	2.29	0.022	42.88311	551.2711
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือแท็บเล็ต (MBB)	-193.6779	194.0783	-1	0.318	-574.0643	186.7085
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ตประจำที่ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้านของท่าน (FBB)	-35.29819	82.88995	-0.43	0.67	-197.7595	127.1631
Z8: ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต (Time net)	-0.5718315	6.367833	-0.09	0.928	-13.05255	11.90889

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.9 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการฟังเพลง ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y3: ค่าใช้จ่ายในการฟังเพลง	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	60.68192	35.43534	1.71	0.087	-8.770079	130.1339
X1: เพศ (Male)	2.291273	6.364975	0.36	0.719	-10.18385	14.76639
X2: อายุ (Age)	-1.46284	0.517205	-2.83	0.005	-2.476546	-0.44914
X3: สถานภาพสมรส (Married)	-2.17156	7.493948	-0.29	0.772	-16.85943	12.51631
X4: วุฒิกการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป (Bachelor up)	-10.0902	18.27606	-0.55	0.581	-45.91057	25.73028
X5: อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (Private)	-10.6426	7.202772	-1.48	0.14	-24.75974	3.474607
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-3.66996	12.8019	-0.29	0.774	-28.76123	21.4213
X7: จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (Family member)	-1.05822	2.035845	-0.52	0.603	-5.048401	2.931964
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	0.000737	0.000111	6.65	0	0.0005195	0.000954
Z1: ระยะห่างของที่พักกับศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-0.1286	0.134773	-0.95	0.34	-0.3927542	0.135545
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคนรักอยู่ที่ต่างประเทศ (Foreign)	9.390545	6.478055	1.45	0.147	-3.306209	22.0873
Z3: เดินทางข้ามจังหวัดเป็นประจำ (Travel)	1.711474	6.127608	0.28	0.78	-10.29842	13.72136
Z4: เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ (Abroad)	9.650303	12.66849	0.76	0.446	-15.17949	34.48009

ตัวแปรตาม: Y3: ค่าใช้จ่ายในการฟังเพลง	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือแท็บเล็ต (MBB)	-18.4407	18.95766	-0.97	0.331	-55.59702	18.71563
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ตประจำที่ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้านของท่าน (FBB)	-4.52851	8.09673	-0.56	0.576	-20.39781	11.34079
Z8: ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต (Time net)	0.099352	0.622013	0.16	0.873	-1.119771	1.318475

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.10 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมน์ออนไลน์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y4: ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมน์ออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	2080.178	1210.869	1.72	0.086	-293.081	4453.437
X1: เพศ (Male)	28.93009	217.4989	0.13	0.894	-397.3599	455.2201
X2: อายุ (Age)	-52.37802	17.67352	-2.96	0.003	-87.01749	-17.73856
X3: สถานภาพสมรส (Married)	-100.9554	256.0773	-0.39	0.693	-602.8577	400.9468
X4: วุฒิการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป (Bachelor up)	-305.0901	624.5151	-0.49	0.625	-1529.117	918.9371
X5: อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (Private)	-399.3454	246.1275	-1.62	0.105	-881.7463	83.05555

ตัวแปรตาม: Y4: ค่าใช้จ่าย ในการเล่นเกมส์ออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-163.9814	437.4565	-0.37	0.708	-1021.38	693.4175
X7: จำนวนสมาชิกใน ครัวเรือน (Family member)	-24.42274	69.56728	-0.35	0.726	-160.7721	111.9266
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	0.0253875	0.0037859	6.71	0	0.0179673	0.0328076
Z1: ระยะห่างของที่พักกับ ศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-5.074791	4.605348	-1.1	0.27	-14.10111	3.951525
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคนรัก อยู่ที่ต่างประเทศ (Foreign)	269.6282	221.363	1.22	0.223	-164.2352	703.4917
Z3: เดินทางข้ามจังหวัดเป็น ประจำ (Travel)	108.3155	209.3878	0.52	0.605	-302.077	518.7081
Z4: เดินทางไปต่างประเทศ เป็นประจำ (Abroad)	214.6374	432.8978	0.5	0.62	-633.8266	1063.101
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บ เล็ต (MBB)	-603.8128	647.8062	-0.93	0.351	-1873.49	665.8639
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ตประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้านของ ท่าน (FBB)	-141.0258	276.6751	-0.51	0.61	-683.299	401.2474
Z8: ระยะเวลาในการใช้ อินเทอร์เน็ต (Time net)	4.9992	21.25494	0.24	0.814	-36.65971	46.65811

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการพบปะพูดคุย, คุยโทรศัพท์, เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y5: การพบปะพูดคุย, คุย โทรศัพท์, เครือข่ายสังคม ออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	-331.7467	444.4448	-0.75	0.455	-1202.843	539.3491
X1: เพศ (Male)	-156.2922	79.83216	-1.96	0.05	-312.7604	0.1759287
X2: อายุ (Age)	8.525724	6.487	1.31	0.189	-4.188562	21.24001
X3: สถานภาพสมรส (Married)	-237.7954	93.99221	-2.53	0.011	-422.0168	-53.57409
X4: วุฒิกการศึกษาปริญญาตรี ขึ้นไป (Bachelor up)	90.17138	229.2259	0.39	0.694	-359.1032	539.446
X5: อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน (Private)	-75.96017	90.34016	-0.84	0.4	-253.0236	101.1033
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-39.11832	160.5668	-0.24	0.808	-353.8234	275.5868
X7: จำนวนสมาชิกใน ครัวเรือน (Family member)	22.50948	25.53441	0.88	0.378	-27.53704	72.55601
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	-0.000528	0.0013896	-0.38	0.704	-0.0032516	0.0021955
Z1: ระยะห่างของที่พักกับ ศูนย์กลางของเมือง (Km.)	1.279189	1.690376	0.76	0.449	-2.033887	4.592264
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคนรัก อยู่ต่างประเทศ (Foreign)	10.33999	81.25045	0.13	0.899	-148.908	169.5879
Z3: เดินทางข้ามจังหวัดเป็น ประจำ (Travel)	22.60109	76.855	0.29	0.769	-128.0319	173.2341

ตัวแปรตาม: Y5: การพบปะพูดคุย, คุย โทรศัพท์, เครือข่ายสังคม ออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Z4: เดินทางไปต่างประเทศ เป็นประจำ (Abroad)	776.5059	158.8935	4.89	0	465.0803	1087.931
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (MBB)	379.5757	237.7748	1.6	0.11	-86.45435	845.6058
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ตประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้านของ ท่าน (FBB)	-131.7388	101.5526	-1.3	0.195	-330.7782	67.30051
Z8: ระยะเวลาในการใช้ อินเทอร์เน็ต (Time net)	-1.198833	7.801545	-0.15	0.878	-16.48958	14.09191

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y6: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขาย สินค้าผ่านระบบออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	1769.412	997.4159	1.77	0.076	-185.4877	3724.311
X1: เพศ (Male)	-163.1783	179.1581	-0.91	0.362	-514.3216	187.9651
X2: อายุ (Age)	-9.079467	14.55802	-0.62	0.533	-37.61267	19.45373
X3: สถานภาพสมรส (Married)	-12.55741	210.9358	-0.06	0.953	-425.984	400.8692

ตัวแปรตาม: Y6: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขาย สินค้าผ่านระบบออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
X4: วุฒิการศึกษาปริญญา ตรีขึ้นไป (Bachelor up)	140.8036	514.4252	0.27	0.784	-867.4513	1149.058
X5: อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน (Private)	-318.3915	202.7399	-1.57	0.116	-715.7545	78.97147
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-451.0834	360.3414	-1.25	0.211	-1157.34	255.1727
X7: จำนวนสมาชิกใน ครัวเรือน (Family member)	-73.77567	57.30391	-1.29	0.198	-186.0893	38.53794
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	-0.0025424	0.0031185	-0.82	0.415	-0.0086545	0.0035697
Z1: ระยะห่างของที่พักรับ ศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-3.958854	3.793514	-1.04	0.297	-11.394	3.476298
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคน รักอยู่ที่ต่างประเทศ (Foreign)	-289.9607	182.341	-1.59	0.112	-647.3425	67.42098
Z3: เดินทางข้ามจังหวัด เป็นประจำ (Travel)	71.184	172.4768	0.41	0.68	-266.8643	409.2322
Z4: เดินทางไป ต่างประเทศเป็นประจำ (Abroad)	997.3356	356.5863	2.8	0.005	298.4393	1696.232
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (MBB)	-913.708	533.6105	-1.71	0.087	-1959.565	132.1493

ตัวแปรตาม: Y6: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขาย สินค้าผ่านระบบออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ตประจำ ที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้าน ของท่าน (FBB)	305.0893	227.9026	1.34	0.181	-141.5916	751.7702
Z8: ระยะเวลาในการใช้ อินเทอร์เน็ต (Time net)	-2.612369	17.5081	-0.15	0.881	-36.92762	31.70288

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking) ซึ่งวิเคราะห์ด้วย
แบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y7: ค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม ทางการเงิน (E-Banking)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	10587.65	8412.924	1.26	0.208	-5901.375	27076.68
X1: เพศ (Male)	-1834.187	1511.148	-1.21	0.225	-4795.983	1127.609
X2: อายุ (Age)	-179.9932	122.7928	-1.47	0.143	-420.6627	60.6763
X3: สถานภาพสมรส (Married)	-752.6462	1779.184	-0.42	0.672	-4239.784	2734.491
X4: วุฒิการศึกษาปริญญาตรี ขึ้นไป (Bachelor up)	3293.183	4339.032	0.76	0.448	-5211.164	11797.53
X5: อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน (Private)	797.7694	1710.055	0.47	0.641	-2553.876	4149.415
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-3927.509	3039.378	-1.29	0.196	-9884.582	2029.563

ตัวแปรตาม: Y7: ค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม ทางการเงิน (E-Banking)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
X7: จำนวนสมาชิกใน ครัวเรือน (Family member)	-669.9819	483.3424	-1.39	0.166	-1617.316	277.3519
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	0.017785	0.0263036	0.68	0.499	-0.033769	0.0693391
Z1: ระยะห่างของที่พักกับ ศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-28.97115	31.99723	-0.91	0.365	-91.68457	33.74226
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคนรัก อยู่ที่ต่างประเทศ (Foreign)	-2524.218	1537.995	-1.64	0.101	-5538.633	490.1965
Z3: เดินทางข้ามจังหวัดเป็น ประจำ (Travel)	148.3083	1454.793	0.1	0.919	-2703.034	2999.651
Z4: เดินทางไปต่างประเทศ เป็นประจำ (Abroad)	3605.181	3007.705	1.2	0.231	-2289.813	9500.174
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (MBB)	-184.1417	4500.855	-0.04	0.967	-9005.655	8637.371
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ตประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้านของ ท่าน (FBB)	317.6735	1922.295	0.17	0.869	-3449.955	4085.302
Z8: ระยะเวลาในการใช้ อินเทอร์เน็ต (Time net)	-150.4416	147.6759	-1.02	0.308	-439.8812	138.9979

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.14 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y9: ค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	132.9191	95.86288	1.39	0.166	-54.96868	320.8069
X1: เพศ (Male)	-8.458736	17.2191	-0.49	0.623	-42.20756	25.29009
X2: อายุ (Age)	-3.568264	1.39919	-2.55	0.011	-6.310625	-0.8259032
X3: สถานภาพสมรส (Married)	-11.76636	20.2733	-0.58	0.562	-51.50131	27.96858
X4: วุฒิการศึกษา ปริญญาตรีขึ้นไป (Bachelor up)	-9.39681	49.44205	-0.19	0.849	-106.3014	87.50782
X5: อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน (Private)	-21.61829	19.48559	-1.11	0.267	-59.80934	16.57276
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-19.47863	34.63286	-0.56	0.574	-87.35778	48.40053
X7: จำนวนสมาชิกใน ครัวเรือน (Family member)	-1.608466	5.50755	-0.29	0.77	-12.40307	9.186134
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	0.0015	0.0002997	5	0	0.0009125	0.0020874
Z1: ระยะห่างของที่พัก กับศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-0.4344381	0.3645994	-1.19	0.233	-1.14904	0.2801635

ตัวแปรตาม: Y9: ค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคน รักอยู่ที่ต่างประเทศ (Foreign)	9.524272	17.52502	0.54	0.587	-24.82413	43.87267
Z3: เดินทางข้ามจังหวัด เป็นประจำ (Travel)	16.59101	16.57696	1	0.317	-15.89923	49.08125
Z4: เดินทางไป ต่างประเทศเป็นประจำ (Abroad)	0.4342512	34.27195	0.01	0.99	-66.73754	67.60604
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (MBB)	-33.18717	51.28597	-0.65	0.518	-133.7058	67.33148
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ต ประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้งาน ที่บ้านของท่าน (FBB)	-5.296914	21.904	-0.24	0.809	-48.22797	37.63414
Z8: ระยะเวลาในการใช้ อินเทอร์เน็ต (Time net)	0.7113671	1.682726	0.42	0.672	-2.586714	4.009449

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการอ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y10: ค่าใช้จ่ายในการอ่าน ข่าว/หนังสือพิมพ์/ วารสาร/Magazine ผ่าน สื่ออิเล็กทรอนิกส์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	118.4907	53.56246	2.21	0.027	13.51022	223.4712
X1: เพศ (Male)	1.615658	9.621008	0.17	0.867	-17.24117	20.47249
X2: อายุ (Age)	-0.6838252	0.7817837	-0.87	0.382	-2.216093	0.8484426
X3: สถานภาพสมรส (Married)	-4.313823	11.32751	-0.38	0.703	-26.51534	17.88769
X4: วุฒิกการศึกษา ปริญญาตรีขึ้นไป (Bachelor up)	-2.423657	27.62527	-0.09	0.93	-56.56818	51.72087
X5: อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน (Private)	-18.07227	10.88738	-1.66	0.097	-39.41115	3.266608
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-23.96381	19.35078	-1.24	0.216	-61.89063	13.96301
X7: จำนวนสมาชิกใน ครัวเรือน (Family member)	1.761534	3.077291	0.57	0.567	-4.269845	7.792912
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	0.00000465	0.0001675	0.03	0.978	-0.0003236	0.0003329
Z1: ระยะห่างของที่พัก กับศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-0.0884309	0.2037164	-0.43	0.664	-0.4877077	0.3108458

ตัวแปรตาม: Y10: ค่าใช้จ่ายในการอ่าน ข่าว/หนังสือพิมพ์/ วารสาร/Magazine ผ่าน สื่ออิเล็กทรอนิกส์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Z2: มีญาติพี่น้องหรือ คนรักอยู่ที่ต่างประเทศ (Foreign)	-10.00675	9.791934	-1.02	0.307	-29.19859	9.18509
Z3: เดินทางข้ามจังหวัด เป็นประจำ (Travel)	-11.99582	9.262214	-1.3	0.195	-30.14942	6.157789
Z4: เดินทางไป ต่างประเทศเป็นประจำ (Abroad)	-0.1676084	19.14912	-0.01	0.993	-37.6992	37.36398
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (MBB)	-90.46647	28.65554	-3.16	0.002	-146.6303	-34.30265
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ต ประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้ งานที่บ้านของท่าน (FBB)	8.389832	12.23865	0.69	0.493	-15.59748	32.37715
Z8: ระยะเวลาในการใช้ อินเทอร์เน็ต (Time net)	0.5696597	0.9402067	0.61	0.545	-1.273112	2.412431

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.16 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning) ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y11: ค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	26.56685	92.60092	0.29	0.774	-154.9276	208.0613
X1: เพศ (Male)	-13.77552	16.63318	-0.83	0.408	-46.37595	18.82492
X2: อายุ (Age)	-1.664416	1.351579	-1.23	0.218	-4.313462	0.9846292
X3: สถานภาพสมรส (Married)	-13.72688	19.58346	-0.7	0.483	-52.10975	24.65598
X4: วุฒิการศึกษา ปริญญาตรีขึ้นไป (Bachelor up)	7.539304	47.75966	0.16	0.875	-86.06791	101.1465
X5: อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน (Private)	-23.0073	18.82254	-1.22	0.222	-59.89881	13.88421
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-43.79996	33.45439	-1.31	0.19	-109.3694	21.76944
X7: จำนวนสมาชิกใน ครัวเรือน (Family member)	6.516328	5.320143	1.22	0.221	-3.91096	16.94362
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	0.0002281	0.0002895	0.79	0.431	-0.0003394	0.0007955
Z1: ระยะห่างของที่พัก กับศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-0.3444294	0.352193	-0.98	0.328	-1.034715	0.3458562

ตัวแปรตาม: Y11: ค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ ออนไลน์ (E-Learning)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคน รักอยู่ต่างประเทศ (Foreign)	-20.16064	16.92869	-1.19	0.234	-53.34025	13.01898
Z3: เดินทางข้ามจังหวัด เป็นประจำ (Travel)	-3.774724	16.01288	-0.24	0.814	-35.1594	27.60995
Z4: เดินทางไป ต่างประเทศเป็นประจำ (Abroad)	-26.44592	33.10576	-0.8	0.424	-91.33203	38.44018
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (MBB)	24.03624	49.54084	0.49	0.628	-73.06201	121.1345
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ต ประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้งาน ที่บ้านของท่าน (FBB)	0.3228722	21.15867	0.02	0.988	-41.14735	41.7931
Z8: ระยะเวลาในการใช้ อินเทอร์เน็ต (Time net)	0.9136558	1.625467	0.56	0.574	-2.272201	4.099512

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง Software ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y12: ค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง Software	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	-110.285	77.46089	-1.42	0.155	-262.1055	41.53559
X1: เพศ (Male)	-4.95589	13.9137	-0.36	0.722	-32.22624	22.31446
X2: อายุ (Age)	2.728989	1.130599	2.41	0.016	0.5130558	4.944922
X3: สถานภาพสมรส (Married)	7.828367	16.38161	0.48	0.633	-24.27899	39.93573
X4: วุฒิการศึกษาปริญญา ตรีขึ้นไป (Bachelor up)	-7.882887	39.95107	-0.2	0.844	-86.18555	70.41977
X5: อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน (Private)	-3.448954	15.7451	-0.22	0.827	-34.30879	27.41088
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	31.57824	27.98468	1.13	0.259	-23.27072	86.4272
X7: จำนวนสมาชิกใน ครัวเรือน (Family member)	2.224864	4.450312	0.5	0.617	-6.497587	10.94732
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	0.0001538	0.0002422	0.64	0.525	-0.0003209	0.0006285
Z1: ระยะห่างของที่พักกับ ศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-0.1058387	0.2946103	-0.36	0.719	-0.6832643	0.4715868
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคน รักอยู่ที่ต่างประเทศ (Foreign)	-5.881101	14.16089	-0.42	0.678	-33.63593	21.87373

ตัวแปรตาม: Y12: ค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง Software	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Z3: เดินทางข้ามจังหวัด เป็นประจำ (Travel)	18.83008	13.39482	1.41	0.16	-7.423275	45.08344
Z4: เดินทางไป ต่างประเทศเป็นประจำ (Abroad)	-18.97976	27.69305	-0.69	0.493	-73.25715	35.29762
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (MBB)	8.541685	41.44103	0.21	0.837	-72.68124	89.76461
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ตประจำ ที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้าน ของท่าน (FBB)	13.83313	17.69928	0.78	0.434	-20.85682	48.52307
Z8: ระยะเวลาในการใช้ อินเทอร์เน็ต (Time net)	-0.1108659	1.359707	-0.08	0.935	-2.775842	2.554111

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดข้อมูล (Database online) ซึ่งวิเคราะห์ด้วย
แบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y13: ค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	47.97395	82.98752	0.58	0.563	-114.6786	210.6265
X1: เพศ (Male)	-6.845121	14.9064	-0.46	0.646	-36.06113	22.37089
X2: อายุ (Age)	-1.705712	1.211264	-1.41	0.159	-4.079747	0.6683217

ตัวแปรตาม: Y13: ค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
X3: สถานภาพสมรส (Married)	-8.291734	17.55039	-0.47	0.637	-42.68987	26.1064
X4: วุฒิการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป (Bachelor up)	3.813374	42.80148	0.09	0.929	-80.07598	87.70273
X5: อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (Private)	-19.30059	16.86848	-1.14	0.253	-52.36219	13.76102
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-25.56176	29.98131	-0.85	0.394	-84.32405	33.20054
X7: จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (Family member)	2.881143	4.76783	0.6	0.546	-6.463633	12.22592
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	0.000447	0.0002595	1.72	0.085	-0.0000615	0.0009556
Z1: ระยะห่างของที่พักกับศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-0.3010779	0.31563	-0.95	0.34	-0.9197013	0.3175455
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคนรักอยู่ที่ต่างประเทศ (Foreign)	-10.08214	15.17123	-0.66	0.506	-39.8172	19.65292
Z3: เดินทางข้ามจังหวัดเป็นประจำ (Travel)	9.168504	14.3505	0.64	0.523	-18.95796	37.29497
Z4: เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ (Abroad)	-23.34991	29.66888	-0.79	0.431	-81.49984	34.80003

ตัวแปรตาม: Y13: ค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือแท็บเล็ต (MBB)	2.079964	44.39774	0.05	0.963	-84.93801	89.09793
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ตประจำที่ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้านของท่าน (FBB)	-1.849498	18.96207	-0.1	0.922	-39.01448	35.31548
Z8: ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต (Time net)	0.129328	1.456718	0.09	0.929	-2.725788	2.984444

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.19 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y14: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	6626.45	5937.435	1.12	0.264	-5010.709	18263.61
X1: เพศ (Male)	-915.2862	1066.495	-0.86	0.391	-3005.579	1175.006
X2: อายุ (Age)	-105.3963	86.66125	-1.22	0.224	-275.2492	64.45661
X3: สถานภาพสมรส (Married)	-72.41135	1255.662	-0.06	0.954	-2533.465	2388.642
X4: วุฒิการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป (Bachelor up)	2134.766	3062.279	0.7	0.486	-3867.192	8136.723

ตัวแปรตาม: Y14: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขาย หุ้นออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
X5: อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน (Private)	1940.64	1206.874	1.61	0.108	-424.7895	4306.069
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-621.8275	2145.046	-0.29	0.772	-4826.041	3582.386
X7: จำนวนสมาชิกใน ครัวเรือน (Family member)	-830.6363	341.1197	-2.44	0.015	-1499.219	-162.0539
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	0.0057276	0.0185638	0.31	0.758	-0.0306567	0.042112
Z1: ระยะห่างของที่พักกับ ศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-3.893279	22.5821	-0.17	0.863	-48.15338	40.36682
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคน รักอยู่ที่ต่างประเทศ (Foreign)	-949.346	1085.442	-0.87	0.382	-3076.774	1178.082
Z3: เดินทางข้ามจังหวัด เป็นประจำ (Travel)	454.0121	1026.723	0.44	0.658	-1558.327	2466.352
Z4: เดินทางไป ต่างประเทศเป็นประจำ (Abroad)	1863.792	2122.693	0.88	0.38	-2296.61	6024.193
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (MBB)	-209.5019	3176.486	-0.07	0.947	-6435.3	6016.296

ตัวแปรตาม: Y14: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขาย หุ้นออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ตประจำ ที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้าน ของท่าน (FBB)	388.2237	1356.663	0.29	0.775	-2270.786	3047.234
Z8: ระยะเวลาในการใช้ อินเทอร์เน็ต (Time net)	-170.8289	104.2225	-1.64	0.101	-375.1013	33.44353

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.20 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบีนออนไลน์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y15: ค่าใช้จ่ายในการซื้อตัว เครื่องบีนออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	211.187	4578.47	0.05	0.963	-8762.449	9184.823
X1: เพศ (Male)	22.72326	822.3949	0.03	0.978	-1589.141	1634.588
X2: อายุ (Age)	-7.191887	66.82614	-0.11	0.914	-138.1687	123.7849
X3: สถานภาพสมรส (Married)	-294.7637	968.2653	-0.3	0.761	-2192.529	1603.001
X4: วุฒิกการศึกษาปริญญา ตรีขึ้นไป (Bachelor up)	-230.4888	2361.382	-0.1	0.922	-4858.713	4397.735
X5: อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน (Private)	-2245.304	930.6435	-2.41	0.016	-4069.332	-421.2759
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-1150.474	1654.086	-0.7	0.487	-4392.423	2091.476

ตัวแปรตาม: Y15: ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋ว เครื่องบินออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
X7: จำนวนสมาชิกใน ครัวเรือน (Family member)	264.4712	263.044	1.01	0.315	-251.0855	780.0279
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	0.0079693	0.0143149	0.56	0.578	-0.0200874	0.0360259
Z1: ระยะห่างของที่พักกับ ศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-11.34653	17.41349	-0.65	0.515	-45.47634	22.78328
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคน รักอยู่ที่ต่างประเทศ (Foreign)	-626.9736	837.0055	-0.75	0.454	-2267.474	1013.527
Z3: เดินทางข้ามจังหวัด เป็นประจำ (Travel)	-232.4571	791.7255	-0.29	0.769	-1784.211	1319.296
Z4: เดินทางไป ต่างประเทศเป็นประจำ (Abroad)	10203.92	1636.849	6.23	0	6995.753	13412.08
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (MBB)	951.1734	2449.449	0.39	0.698	-3849.658	5752.005
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ตประจำ ที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้าน ของท่าน (FBB)	-11.64498	1046.149	-0.01	0.991	-2062.058	2038.768
Z8: ระยะเวลาในการใช้ อินเทอร์เน็ต (Time net)	-29.39475	80.368	-0.37	0.715	-186.9131	128.1236

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ตารางที่ 4.21 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการจองห้องพักออนไลน์ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Seemingly Unrelated Regression Estimator (SURE)

ตัวแปรตาม: Y16: ค่าใช้จ่ายในการจอง ห้องพักออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
C: ค่าคงที่	-3243.918	3144.947	-1.03	0.302	-9407.901	2920.065
X1: เพศ (Male)	-0.2419162	564.9024	0	1	-1107.43	1106.946
X2: อายุ (Age)	56.90401	45.90282	1.24	0.215	-33.06387	146.8719
X3: สถานภาพสมรส (Married)	-1106.934	665.1006	-1.66	0.096	-2410.508	196.6389
X4: วุฒิมัธยมศึกษา ปริญญาตรีขึ้นไป (Bachelor up)	139.0737	1622.031	0.09	0.932	-3040.05	3318.197
X5: อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน (Private)	-919.195	639.2583	-1.44	0.15	-2172.118	333.7282
X6: นักเรียน/นักศึกษา (Student)	-284.7357	1136.191	-0.25	0.802	-2511.628	1942.157
X7: จำนวนสมาชิกใน ครัวเรือน (Family member)	311.7923	180.6847	1.73	0.084	-42.34317	665.9277
X8: รายได้ต่อเดือน (Income)	-0.0013162	0.0098329	-0.13	0.894	-0.0205882	0.0179559
Z1: ระยะห่างของที่พัก กับศูนย์กลางของเมือง (Km.)	-3.646462	11.96131	-0.3	0.76	-27.0902	19.79727

ตัวแปรตาม: Y16: ค่าใช้จ่ายในการจอง ห้องพักออนไลน์	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Z2: มีญาติพี่น้องหรือคน รักอยู่ที่ต่างประเทศ (Foreign)	-453.4238	574.9384	-0.79	0.43	-1580.282	673.4347
Z3: เดินทางข้ามจังหวัด เป็นประจำ (Travel)	280.7433	543.8356	0.52	0.606	-785.1548	1346.642
Z4: เดินทางไป ต่างประเทศเป็นประจำ (Abroad)	5486.39	1124.35	4.88	0	3282.704	7690.076
Z5: ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต (MBB)	1353.518	1682.524	0.8	0.421	-1944.17	4651.205
Z6: ใช้อินเทอร์เน็ต ประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้งาน ที่บ้านของท่าน (FBB)	-285.6436	718.5986	-0.4	0.691	-1694.071	1122.784
Z8: ระยะเวลาในการใช้ อินเทอร์เน็ต (Time net)	-11.71787	55.20471	-0.21	0.832	-119.9171	96.48137

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

SWB1: อาหารการกินอุดมสมบูรณ์ (Food)

Full model

Ordered probit regression	Number of obs	=	80
	LR chi2(16)	=	31.90
	Prob > chi2	=	0.0103

Log likelihood = -81.128925

Pseudo R2 = 0.1643

ตารางที่ 4.22 ปัจจัยที่มีผลต่อความกินคือผู้ดีของบุคคลด้านอาหารการกินมีความอุดมสมบูรณ์ (Food) ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Ordered Probit

SWB1: อาหารการกิน อุดมสมบูรณ์ (Food)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E1: ค่าใช้จ่ายในการดู ภาพยนตร์	0.0008543	0.000597	1.43	0.152	-0.0003159	0.0020245
E2: ค่าใช้จ่ายด้านสื่อ โฆษณา	-0.0041904	0.0019189	-2.18	0.029	-0.0079514	-0.0004293
E3: ค่าใช้จ่ายในการฟัง เพลง	-0.0045131	0.0185907	-0.24	0.808	-0.0409501	0.0319239
E4: ค่าใช้จ่ายในการเล่น เกมส์ออนไลน์	0.0021717	0.0113052	0.19	0.848	-0.0199861	0.0243295
E5: ค่าใช้จ่ายในการ พบปะพูดคุย, คุย โทรศัพท์, เครือข่าย สังคมออนไลน์	0.0005278	0.0003962	1.33	0.183	-0.0002488	0.0013044
E6: ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ขายสินค้าผ่านระบบ ออนไลน์	0.0001856	0.0003439	0.54	0.589	-0.0004884	0.0008596

SWB1: อาหารการกิน อุดมสมบูรณ์ (Food)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E7: ค่าใช้จ่ายในการทำ ธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking)	-0.0000526	0.0000426	-1.23	0.217	-0.000136	0.0000309
E9: ค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications	0.0677406	2.206892	0.03	0.976	-4.257688	4.39317
E10: ค่าใช้จ่ายในการ อ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/ วารสาร/Magazine ผ่าน สื่ออิเล็กทรอนิกส์	-0.0015974	0.0060974	-0.26	0.793	-0.0135481	0.0103533
E11: ค่าใช้จ่ายในการ เรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	0.0011751	0.0067974	0.17	0.863	-0.0121476	0.0144977
E12: ค่าใช้จ่ายในการ ติดตั้ง Software	-0.0005526	0.0031339	-0.18	0.860	-0.006695	0.0055897
E13: ค่าใช้จ่ายในการ ดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	-0.0136243	0.0133451	-1.02	0.307	-0.0397801	0.0125316
E14: ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อขายหุ้นออนไลน์	0.0001773	0.0000844	2.10	0.036	0.0000119	0.0003426
E15: ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อตัวเครื่องบิน ออนไลน์	0.0003156	0.0001271	2.48	0.013	0.0000664	0.0005647
E16: ค่าใช้จ่ายในการ จองห้องพักออนไลน์	-0.0003548	0.0001497	-2.37	0.018	-0.0006483	-0.0000613

SWB1: อาหารการกิน อุดมสมบูรณ์ (Food)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E18: ค่าใช้จ่ายด้าน VDO คอนเฟอร์เรนซ์	0.0156155	0.0560533	0.28	0.781	-0.0942469	0.1254779

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

Cut1	-2.190772	0.4291745		-3.031938	-1.349605
Cut2	-1.91104	0.36516		-2.626741	-1.19534
Cut3	-1.703778	0.3292909		-2.349177	-1.05838
Cut4	-0.2898973	0.2133814		-0.7081172	0.1283226
Cut5	1.23702	0.2449283		0.7569695	1.717071

Note: 3 observations completely determined. Standard errors questionable.

Final model

Ordered probit regression	Number of obs	=	89
	LR chi2(3)	=	12.63
	Prob > chi2	=	0.0055

Log likelihood = -98.75173

Pseudo R2 = 0.0601

SWB1: อาหารการกิน อุดมสมบูรณ์ (Food)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E2: ค่าใช้จ่ายด้านสื่อ โฆษณา	-0.0013899	0.0006603	-2.11	0.035	-0.0026841	-0.0000958
E14: ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อขายหุ้นออนไลน์	0.0000918	0.0000423	2.17	0.03	0.00000895	0.0001746

SWB1: อาหารการกิน อุดมสมบูรณ์ (Food)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E15: ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อตัวเครื่องบิน ออนไลน์	0.0001841	0.0000847	2.17	0.03	0.0000182	0.0003501

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-2.1325	0.3868551	-2.890719	-1.374275
cut2	-1.8428	0.2959519	-2.422855	-1.262745
cut3	-1.6711	0.2579224	-2.176568	-1.165531
cut4	-0.5004	0.1545762	-0.8033901	-0.1974625
cut5	0.94193	0.1716794	0.6054438	1.278415

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

SWB2: การเดินทางสะดวกรวดเร็ว (Transport)

Full model

Ordered probit regression	Number of obs	=	80
	LR chi2(16)	=	29.01
	Prob > chi2	=	0.0239

Log likelihood = -79.316029

Pseudo R2 = 0.1546

ตารางที่ 4.23 ปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคลด้านการเดินทางสะดวกรวดเร็ว (Transport) ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Ordered Probit

SWB2: การเดินทาง สะดวกรวดเร็ว (Transport)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E1: ค่าใช้จ่ายในการดู ภาพยนตร์	0.0000924	0.0005373	0.17	0.863	-0.0009606	0.0011454
E2: ค่าใช้จ่ายด้านสื่อ โฆษณา	-0.0008861	0.0015804	-0.56	0.575	-0.0039837	0.0022115
E3: ค่าใช้จ่ายในการ ฟังเพลง	0.0209511	0.0172687	1.21	0.225	-0.012895	0.0547972
E4: ค่าใช้จ่ายในการ เล่นเกมออนไลน์	0.058346	3.373661	0.02	0.986	-6.553908	6.6706
E5: ค่าใช้จ่ายในการ พบปะพูดคุย, คุย โทรศัพท์, เครือข่าย สังคมออนไลน์	-0.0006382	0.0003879	-1.65	0.1	-0.0013985	0.0001221
E6: ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อขายสินค้าผ่าน ระบบออนไลน์	-0.0003687	0.000299	-1.23	0.218	-0.0009546	0.0002173

SWB2: การเดินทาง สะดวกรวดเร็ว (Transport)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E7: ค่าใช้จ่ายในการทำ ธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking)	-0.0000266	0.0000394	-0.67	0.5	-0.0001039	0.0000507
E9: ค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications	-0.0312416	0.0227236	-1.37	0.169	-0.0757792	0.0132959
E10: ค่าใช้จ่ายในการ อ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/ วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	0.0069357	0.0060203	1.15	0.249	-0.0048637	0.0187352
E11: ค่าใช้จ่ายในการ เรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	-0.0098346	0.0068832	-1.43	0.153	-0.0233255	0.0036564
E12: ค่าใช้จ่ายในการ ติดตั้ง Software	-0.0111638	0.6747356	-0.02	0.987	-1.333621	1.311294
E13: ค่าใช้จ่ายในการ ดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	-0.0018154	0.0135539	-0.13	0.893	-0.0283805	0.0247497
E14: ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อขายหุ้นออนไลน์	0.0001363	0.0000554	2.46	0.014	0.0000276	0.000245
E15: ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อตั๋วเครื่องบิน ออนไลน์	0.0002602	0.0001027	2.53	0.011	0.000059	0.0004614
E16: ค่าใช้จ่ายในการ จองห้องพักออนไลน์	-0.0001966	0.0001359	-1.45	0.148	-0.0004629	0.0000697

SWB2: การเดินทาง สะดวกรวดเร็ว (Transport)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E18: ค่าใช้จ่ายด้าน VDO คอนเฟอเรนซ์	0.0204756	0.0554919	0.37	0.712	-0.0882866	0.1292378

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-2.24936	0.363471	-2.96175	-1.53697
cut2	-0.55476	0.213058	-0.97235	-0.13718
cut3	0.897291	0.222446	0.461305	1.333278

Note: 2 observations completely determined. Standard errors questionable.

Final model

Ordered probit regression	Number of obs	=	94
	LR chi2(2)	=	4.21
	Prob > chi2	=	0.1216

Log likelihood = -105.95983

Pseudo R2 = 0.0195

SWB2: การเดินทางสะดวก รวดเร็ว (Transport)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E14: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขาย หุ้นออนไลน์	0.0000335	0.0000274	1.22	0.222	-0.0000202	0.0000873
E15: ค่าใช้จ่ายในการซื้อตัว เครื่องบินออนไลน์	0.0000474	0.0000327	1.45	0.148	-0.0000168	0.0001115

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-1.77995	0.257493	-2.28463	-1.27527
cut2	-0.43922	0.143962	-0.72138	-0.15706
cut3	0.888229	0.1589	0.576791	1.199667

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

SWB3: ออกกำลังกายเป็นประจำ (Exercise)

Full model

Ordered probit regression	Number of obs	=	80
	LR chi2(16)	=	22.46
	Prob > chi2	=	0.1290

Log likelihood = -115.58446

Pseudo R2 = 0.0886

ตารางที่ 4.24 ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่ของผู้ใช้ของบุคคลด้านการออกกำลังกายเป็นประจำ (Exercise) ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Ordered Probit

SWB3: ออกกำลังกายเป็นประจำ (Exercise)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E1: ค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์	0.00062	0.0005048	1.23	0.219	-0.0003694	0.0016093
E2: ค่าใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณา	0.0018484	0.0014385	1.28	0.199	-0.0009711	0.0046678
E3: ค่าใช้จ่ายในการฟังเพลง	0.0188706	0.0161174	1.17	0.242	-0.012719	0.0504602
E4: ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์	-0.0065508	0.0037902	-1.73	0.084	-0.0139795	0.000878

SWB3: ออกกำลัง กายเป็นประจำ (Exercise)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E5: ค่าใช้จ่ายในการ พบปะพูดคุย, คุย โทรศัพท์, เครือข่าย สังคมออนไลน์	-0.000813	0.0003616	-2.25	0.025	-0.0015217	-0.0001042
E6: ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อขายสินค้าผ่าน ระบบออนไลน์	-0.0000841	0.0002773	-0.3	0.762	-0.0006277	0.0004595
E7: ค่าใช้จ่ายในการ ทำธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking)	-0.000000399	0.0000371	-0.01	0.991	-0.000073	0.0000722
E9: ค่าใช้จ่ายในการ ใช้ Applications	0.0115856	0.0114797	1.01	0.313	-0.0109142	0.0340853
E10: ค่าใช้จ่ายใน การอ่านข่าว/ หนังสือพิมพ์/ วารสาร/Magazine ผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์	0.0049653	0.0056839	0.87	0.382	-0.006175	0.0161056
E11: ค่าใช้จ่ายใน การเรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	-0.0056287	0.0064418	-0.87	0.382	-0.0182544	0.006997
E12: ค่าใช้จ่ายใน การติดตั้ง Software	0.0024029	0.0022899	1.05	0.294	-0.0020853	0.0068911

SWB3: ออกกำลัง กายเป็นประจำ (Exercise)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E13: ค่าใช้จ่ายใน การดาวน์โหลด ข้อมูล (Database online)	0.0192127	0.0123045	1.56	0.118	-0.0049037	0.0433291
E14: ค่าใช้จ่ายใน การซื้อขายหุ้น ออนไลน์	0.0000197	0.0000462	0.43	0.67	-0.0000708	0.0001102
E15: ค่าใช้จ่ายใน การซื้อตัวเครื่องบิน ออนไลน์	0.0001757	0.0000951	1.85	0.065	-0.0000106	0.0003621
E16: ค่าใช้จ่ายใน การจองห้องพัก ออนไลน์	-0.0002358	0.0001263	-1.87	0.062	-0.0004833	0.0000118
E18: ค่าใช้จ่ายด้าน VDO คอนเฟอร์เรนซ์	-0.3149407	13.67748	-0.02	0.982	-27.12231	26.49243

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-1.61049	0.255263	-2.1108	-1.11019
cut2	-0.89001	0.215481	-1.31235	-0.46768
cut3	0.207893	0.197565	-0.17933	0.595112
cut4	1.179846	0.230068	0.728922	1.63077
cut5	2.009492	0.31486	1.392377	2.626607

Note: 1 observation completely determined. Standard errors questionable.

Final model

Ordered probit regression	Number of obs	=	88
	LR chi2(4)	=	9.91
	Prob > chi2	=	0.0420

Log likelihood = -135.44093

Pseudo R2 = 0.0353

SWB3: ออกกำลังกายเป็นประจำ (Exercise)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E4: ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมส์ออนไลน์	0.00025	0.0002175	1.15	0.25	-0.0001761	0.0006764
E5: ค่าใช้จ่ายในการพบปะพูดคุย, คุยโทรศัพท์, เครือข่ายสังคมออนไลน์	-0.00043	0.0002906	-1.46	0.143	-0.0009948	0.0001443
E15: ค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์	0.000108	0.0000693	1.56	0.118	-0.0000276	0.0002443
E16: ค่าใช้จ่ายในการจองห้องพักออนไลน์	-0.00015	0.000096	-1.58	0.114	-0.0003402	0.0000363

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-1.466691	0.2147129	-1.88752	-1.045861
cut2	-0.8312534	0.178963	-1.182014	-0.4804924
cut3	0.1227235	0.1594102	-0.1897148	0.4351617
cut4	1.014007	0.1867524	0.647979	1.380035
cut5	1.756712	0.2728346	1.221966	2.291458

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

SWB4: ทำงานอย่างมีความสุข (Work)

Full model

Ordered probit regression	Number of obs	=	80
	LR chi2(16)	=	25.44
	Prob > chi2	=	0.0624

Log likelihood = -82.669704

Pseudo R2 = 0.1334

ตารางที่ 4.25 ปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคลด้านการทำงานอย่างมีความสุข (Work) ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Ordered Probit

SWB4: ทำงานอย่างมีความสุข (Work)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E1: ค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์	0.0006539	0.0005325	1.23	0.219	-0.0003898	0.0016977
E2: ค่าใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณา	0.0002606	0.0015192	0.17	0.864	-0.002717	0.0032382
E3: ค่าใช้จ่ายในการฟังเพลง	0.048575	0.0177598	2.74	0.006	0.0137665	0.0833835
E4: ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์	-0.0049739	0.0044455	-1.12	0.263	-0.0136869	0.0037391
E5: ค่าใช้จ่ายในการพบปะพูดคุย, คุยโทรศัพท์, เครือข่ายสังคมออนไลน์	-0.0005393	0.0003785	-1.42	0.154	-0.0012811	0.0002025
E6: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์	-0.000879	0.0003054	-2.88	0.004	-0.0014775	-0.0002805

SWB4: ทำงานอย่างมีความสุข (Work)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E7: ค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking)	0.0000114	0.0000395	0.29	0.773	-0.0000661	0.0000888
E9: ค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications	0.0171754	0.0122478	1.4	0.161	-0.0068299	0.0411807
E10: ค่าใช้จ่ายในการอ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	0.0127029	0.0061333	2.07	0.038	0.0006818	0.024724
E11: ค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	-0.0174859	0.0070108	-2.49	0.013	-0.0312269	-0.0037449
E12: ค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง Software	0.0021493	0.0024628	0.87	0.383	-0.0026777	0.0069762
E13: ค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	0.0308218	0.0133463	2.31	0.021	0.0046635	0.0569801
E14: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์	0.0000588	0.0000494	1.19	0.234	-0.0000381	0.0001556
E15: ค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์	0.0001691	0.0000998	1.69	0.09	-0.0000265	0.0003647
E16: ค่าใช้จ่ายในการจองห้องพักออนไลน์	-0.000109	0.0001308	-0.83	0.405	-0.0003654	0.0001474

SWB4: ทำงานอย่างมีความสุข (Work)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E18: ค่าใช้จ่ายด้าน VDO คอนเฟอร์เรนซ์	0.0583953	0.0563962	1.04	0.3	-0.0521392	0.1689297

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-2.93156	0.599591	-4.10674	-1.75638
cut2	-1.62746	0.27117	-2.15894	-1.09598
cut3	0.021663	0.200632	-0.37157	0.414895
cut4	1.571045	0.268949	1.043914	2.098176

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

Final model

Ordered probit regression	Number of obs	=	93
	LR chi2(2)	=	16.81
	Prob > chi2	=	0.0002

Log likelihood = -107.35823

Pseudo R2 = 0.0726

SWB4: ทำงานอย่างมีความสุข (Work)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E11: ค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	-0.0060246	0.003434	-1.75	0.079	-0.0127551	0.0007059
E13: ค่าใช้จ่ายในดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	0.0278446	0.0089086	3.13	0.002	0.0103841	0.0453052

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-2.363447	0.3836928	-3.11547	-1.611423
cut2	-2.094543	0.3078561	-2.69793	-1.491157
cut3	-1.395339	0.1943299	-1.77622	-1.014459
cut4	0.0924834	0.1340642	-0.17028	0.3552443
cut5	1.448587	0.1991226	1.058314	1.83886

Note: 1 observation completely determined. Standard errors questionable.

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

SWB5: ทำงานอดิเรก (Hobby) เป็นประจำ

Full model

Ordered probit regression	Number of obs	=	80
	LR chi2(16)	=	28.74
	Prob > chi2	=	0.0258

Log likelihood = -114.51754

Pseudo R2 = 0.1115

ตารางที่ 4.26 ปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคลด้านการทำงานอดิเรก (Hobby) เป็นประจำ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Ordered Probit

SWB5: ทำงานอดิเรก (Hobby) เป็นประจำ	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E1: ค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์	0.0004765	0.0005057	0.94	0.346	-0.0005146	0.0014677
E2: ค่าใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณา	0.0001298	0.0016981	0.08	0.939	-0.0031984	0.003458
E3: ค่าใช้จ่ายในการฟังเพลง	0.0414201	0.0168782	2.45	0.014	0.0083394	0.0745008

SWB5: ทำงานอดิเรก (Hobby) เป็นประจำ	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E4: ค่าใช้จ่ายในการเล่น เกมส์ออนไลน์	0.0095711	0.0108919	0.88	0.38	-0.0117766	0.0309188
E5: ค่าใช้จ่ายในการ พบปะพูดคุย, คุยโทรศัพท์ , เครือข่ายสังคมออนไลน์	-0.0002228	0.0003621	-0.62	0.538	-0.0009326	0.000487
E6: ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ขายสินค้าผ่านระบบ ออนไลน์	-0.0007437	0.0002927	-2.54	0.011	-0.0013175	-0.00017
E7: ค่าใช้จ่ายในการทำ ธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking)	0.0000224	0.0000384	0.58	0.559	-0.0000528	0.0000977
E9: ค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications	0.2028102	5.584012	0.04	0.971	-10.74165	11.14727
E10: ค่าใช้จ่ายในการอ่าน ข่าว/หนังสือพิมพ์/ วารสาร/Magazine ผ่าน สื่ออิเล็กทรอนิกส์	0.0036943	0.0056865	0.65	0.516	-0.0074509	0.0148396
E11: ค่าใช้จ่ายในการ เรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	-0.0012937	0.0063841	-0.2	0.839	-0.0138063	0.0112189
E12: ค่าใช้จ่ายในการ ติดตั้ง Software	-0.0000989	0.0030137	-0.03	0.974	-0.0060056	0.0058079
E13: ค่าใช้จ่ายในการ ดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	0.0156738	0.0128365	1.22	0.222	-0.0094853	0.0408329

SWB5: ทำงานอดิเรก (Hobby) เป็นประจำ	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E14: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์	0.0000353	0.000066	0.53	0.593	-0.0000941	0.0001647
E15: ค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์	0.0001718	0.0000982	1.75	0.08	-0.0000207	0.0003643
E16: ค่าใช้จ่ายในการจองห้องพักออนไลน์	-0.0000107	0.0001316	-0.08	0.935	-0.0002687	0.0002472
E18: ค่าใช้จ่ายด้าน VDO คอนเฟอร์เรนซ์	0.0160124	0.052547	0.3	0.761	-0.0869778	0.1190026

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-1.994637	0.331063	-2.643509	-1.345765
cut2	-0.7853274	0.2097303	-1.196391	-0.3742636
cut3	-0.3959904	0.2033255	-0.794501	0.0025202
cut4	0.5011457	0.2112634	0.0870771	0.9152143
cut5	1.701412	0.2700639	1.172096	2.230727

Note: 2 observations completely determined. Standard errors questionable.

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

Final model

Ordered probit regression	Number of obs	=	114
	LR chi2(1)	=	8.75
	Prob > chi2	=	0.0031

Log likelihood = -179.54861

Pseudo R2 = 0.0238

SWB5: ทำงานอดิเรก (Hobby) เป็นประจำ	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E15: ค่าใช้จ่ายการซื้อตัว เครื่องบินออนไลน์	0.0000803	0.0000276	2.91	0.004	0.0000263	0.0001344

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-1.854059	0.2481333	-2.340391	-1.367727
cut2	-0.7777814	0.1392717	-1.050749	-0.504814
cut3	-0.3838425	0.1277984	-0.6343228	-0.1333623
cut4	0.4431139	0.1290594	0.1901622	0.6960656
cut5	1.400015	0.1737769	1.059419	1.740612

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

SWB6: มีครอบครัวที่มีความสุข (Family)

Full model

Ordered probit regression	Number of obs	=	80
	LR chi2(16)	=	19.80
	Prob > chi2	=	0.2293

Log likelihood = -82.046314

Pseudo R2 = 0.1077

ตารางที่ 4.27 ปัจจัยที่มีผลต่อความกินคืออยู่ดีของบุคคลด้านการมีครอบครัวที่มีความสุข (Family) ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Ordered Probit

SWB6: มีครอบครัวที่มีความสุข (Family)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E1: ค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์	-0.0010948	0.0005337	-2.05	0.04	-0.0021408	-0.0000489
E2: ค่าใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณา	-0.0024553	0.0018703	-1.31	0.189	-0.006121	0.0012104
E3: ค่าใช้จ่ายในการฟังเพลง	-0.0230563	0.0175562	-1.31	0.189	-0.0574659	0.0113533
E4: ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์	0.0029587	0.0045109	0.66	0.512	-0.0058825	0.0117999
E5: ค่าใช้จ่ายในการพบปะพูดคุย, คุยโทรศัพท์, เครือข่ายสังคมออนไลน์	-0.0000871	0.0003975	-0.22	0.827	-0.0008662	0.0006921
E6: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์	0.0006138	0.0003213	1.91	0.056	-0.0000158	0.0012435

SWB6: มีครอบครัวที่มีความสุข (Family)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E7: ค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking)	-0.0000541	0.0000425	-1.27	0.203	-0.0001375	0.0000292
E9: ค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications	0.0003787	0.0121737	0.03	0.975	-0.0234814	0.0242388
E10: ค่าใช้จ่ายในการอ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	-0.0104124	0.0060637	-1.72	0.086	-0.022297	0.0014722
E11: ค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	0.0037136	0.0067077	0.55	0.58	-0.0094334	0.0168605
E12: ค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง Software	-0.0001859	0.0024226	-0.08	0.939	-0.0049341	0.0045624
E13: ค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	-0.0081772	0.0128594	-0.64	0.525	-0.0333811	0.0170268
E14: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์	0.0001563	0.0000857	1.82	0.068	-0.0000116	0.0003242
E15: ค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์	-0.0000345	0.0000993	-0.35	0.728	-0.0002291	0.0001601
E16: ค่าใช้จ่ายในการจองห้องพักออนไลน์	-0.0000823	0.0001311	-0.63	0.53	-0.0003392	0.0001746

SWB6: มีครอบครัวที่มีความสุข (Family)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E18: ค่าใช้จ่ายด้าน VDO คอนเฟอเรนซ์	-0.0264316	0.0550738	-0.48	0.631	-0.1343743	0.0815112

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-2.783121	0.4922849	-3.747982	-1.81826
cut2	-2.446205	0.4097323	-3.249265	-1.643144
cut3	-1.054572	0.2258009	-1.497133	-0.61201
cut4	0.3307828	0.2073584	-0.0756321	0.7371977

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

Final model

Ordered probit regression	Number of obs	=	91
	LR chi2(4)	=	7.19
	Prob > chi2	=	0.1261

Log likelihood = -100.46373

Pseudo R2 = 0.0346

SWB6: มีครอบครัวที่มีความสุข (Family)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E1: ค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์	-0.0008511	0.0004306	-1.98	0.048	-0.0016951	-0.00000707
E6: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์	0.0001661	0.0001302	1.28	0.202	-0.0000891	0.0004212

SWB6: มีครอบครัว ที่มีความสุข (Family)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E10: ค่าใช้จ่ายใน การอ่านข่าว/ หนังสือพิมพ์/ วารสาร/Magazine ผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์	-0.0043668	0.0029897	-1.46	0.144	-0.0102265	0.0014928
E14: ค่าใช้จ่ายใน การซื้อขายหุ้น ออนไลน์	0.0000264	0.000033	0.8	0.423	-0.0000382	0.000091

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-2.498594	0.4185485	-3.318934	-1.678254
cut2	-2.199299	0.3346161	-2.855135	-1.543464
cut3	-0.9012218	0.1747297	-1.243686	-0.5587579
cut4	0.3133226	0.1594995	0.0007092	0.6259359

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

SWB7: ได้สังสรรค์กับเพื่อนอย่างมีความสุข (Party)

Full model

Ordered probit regression	Number of obs	=	80
	LR chi2(16)	=	14.79
	Prob > chi2	=	0.5402

Log likelihood = -109.97559

Pseudo R2 = 0.0630

ตารางที่ 4.28 ปัจจัยที่มีผลต่อความยินดีอยู่ดีของบุคคลด้าน ได้สังสรรค์กับเพื่อนอย่างมีความสุข (Party) ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Ordered Probit

SWB7: ได้สังสรรค์กับเพื่อนอย่างมีความสุข (Party)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E1: ค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์	0.0008545	0.0005208	1.64	0.101	-0.0001663	0.0018753
E2: ค่าใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณา	-0.0013182	0.0014618	-0.9	0.367	-0.0041832	0.0015468
E3: ค่าใช้จ่ายในการฟังเพลง	0.037033	0.0167927	2.21	0.027	0.0041199	0.0699461
E4: ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์	0.0028381	0.0107419	0.26	0.792	-0.0182157	0.0238918
E5: ค่าใช้จ่ายในการพบปะพูดคุย, คุยโทรศัพท์, เครือข่ายสังคมออนไลน์	-0.000153	0.0003676	-0.42	0.677	-0.0008734	0.0005675
E6: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์	-0.0007188	0.0002914	-2.47	0.014	-0.00129	-0.0001477

SWB7: ได้ตั้งสรรคกับเพื่อนอย่างมีความสุข (Party)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E7: ค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking)	0.000021	0.0000386	0.54	0.586	-0.0000546	0.0000966
E9: ค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications	0.0038222	0.0122624	0.31	0.755	-0.0202118	0.0278561
E10: ค่าใช้จ่ายในการอ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	0.0014816	0.0057146	0.26	0.795	-0.0097189	0.012682
E11: ค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	-0.0015068	0.0064327	-0.23	0.815	-0.0141146	0.0111011
E12: ค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง Software	-0.0002806	0.0029805	-0.09	0.925	-0.0061224	0.0055612
E13: ค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	0.00963	0.0126975	0.76	0.448	-0.0152566	0.0345166
E14: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหุ้นออนไลน์	0.0000457	0.0000479	0.95	0.34	-0.0000482	0.0001396
E15: ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเครื่องบินออนไลน์	0.0000995	0.000098	1.02	0.31	-0.0000925	0.0002915
E16: ค่าใช้จ่ายในการจองห้องพักออนไลน์	0.0000454	0.0001342	0.34	0.735	-0.0002177	0.0003084

SWB7: ได้ตั้งสรรค้กับเพื่อนอย่างมีความสุข (Party)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E18: ค่าใช้จ่ายด้าน VDO คอนเฟอร์เรนซ์	-0.0134838	0.053071	-0.25	0.799	-0.1175011	0.0905335

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-2.43699	0.4905678	-3.398485	-1.475494
cut2	-1.464457	0.2552704	-1.964778	-0.9641364
cut3	-1.029671	0.2197998	-1.46047	-0.5988711
cut4	-0.0021658	0.2007844	-0.3956959	0.3913644
cut5	1.082489	0.2280611	0.6354976	1.529481

Note: 1 observation completely determined. Standard errors questionable.

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

Final model

Ordered probit regression	Number of obs	=	108
	LR chi2(2)	=	0.52
	Prob > chi2	=	0.7721

Log likelihood = -157.2109 Pseudo R2 = 0.0016

SWB7: ได้ตั้งสรรคกับเพื่อนอย่างมีความสุข (Party)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E3: ค่าใช้จ่ายในการฟังเพลง	-0.0000644	0.0001038	-0.62	0.535	-0.0002677	0.000139
E6: ค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์	-0.0000145	0.0000458	-0.32	0.752	-0.0001042	0.0000753

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-2.376888	0.3727783	-3.10752	-1.646256
cut2	-1.468	0.1840471	-1.828726	-1.107274
cut3	-1.068031	0.1538377	-1.369548	-0.7665149
cut4	-0.1850864	0.1282953	-0.4365405	0.0663677
cut5	0.8445638	0.1434256	0.5634548	1.125673

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

SWB8: หาคความรู้เป็นประจำ (Knowledge)

Full model

Ordered probit regression	Number of obs	= 80
	LR chi2(16)	= 24.44
	Prob > chi2	= 0.0803

Log likelihood = -81.774264

Pseudo R2 = 0.1300

ตารางที่ 4.29 ปัจจัยที่มีผลต่อความกินคือดีของบุคคลด้านการหาคความรู้เป็นประจำ (Knowledge) ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Ordered Probit

SWB8: หาคความรู้เป็น ประจำ (Knowledge)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E1: ค่าใช้จ่ายในการดู ภาพยนตร์	0.0009538	0.0005247	1.82	0.069	-0.0000745	0.0019822
E2: ค่าใช้จ่ายด้านสื่อ โฆษณา	0.0002278	0.0014845	0.15	0.878	-0.0026818	0.0031374
E3: ค่าใช้จ่ายในการ ฟังเพลง	0.0210678	0.0167351	1.26	0.208	-0.0117324	0.0538679
E4: ค่าใช้จ่ายในการ เล่นเกมออนไลน์	-0.0087087	0.0060253	-1.45	0.148	-0.020518	0.0031007
E5: ค่าใช้จ่ายในการ พบปะพูดคุย, คุย โทรศัพท์, เครือข่าย สังคมออนไลน์	-0.0006042	0.0003895	-1.55	0.121	-0.0013676	0.0001591
E6: ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อขายสินค้าผ่าน ระบบออนไลน์	-0.0003467	0.0002902	-1.19	0.232	-0.0009154	0.000222

SWB8: หาคความรู้เป็น ประจำ (Knowledge)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E7: ค่าใช้จ่ายในการ ทำธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking)	0.00000291	0.0000383	0.08	0.939	-0.0000722	0.000078
E9: ค่าใช้จ่ายในการ ใช้Applications	0.0346387	0.021317	1.62	0.104	-0.0071419	0.0764194
E10: ค่าใช้จ่ายในการ อ่านข่าว/ หนังสือพิมพ์/วารสาร/ Magazine ผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์	-0.0006052	0.0063104	-0.1	0.924	-0.0129733	0.0117629
E11: ค่าใช้จ่ายในการ เรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	-0.0019075	0.0072356	-0.26	0.792	-0.0160891	0.0122741
E12: ค่าใช้จ่ายในการ ติดตั้ง Software	-0.0009617	0.0027222	-0.35	0.724	-0.0062971	0.0043737
E13: ค่าใช้จ่ายในการ ดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	0.0092809	0.0128926	0.72	0.472	-0.0159881	0.0345499
E14: ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อขายหุ้นออนไลน์	0.0000226	0.0000486	0.47	0.641	-0.0000726	0.0001179
E15: ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อตัวเครื่องบิน ออนไลน์	0.0001697	0.0000985	1.72	0.085	-0.0000234	0.0003628

SWB8: ทาความรู้เป็น ประจำ (Knowledge)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E16: ค่าใช้จ่ายในการ จองห้องพัทออนไลน์	-0.0001886	0.0001341	-1.41	0.16	-0.0004513	0.0000742
E18: ค่าใช้จ่ายด้าน VDO คอนเฟอร์เรนซ์	-0.3325538	13.29971	-0.03	0.98	-26.39951	25.7344

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-2.011809	0.3322612	-2.663029	-1.360589
cut2	0.0204321	0.202395	-0.3762548	0.4171191
cut3	1.057623	0.2285684	0.6096374	1.505609

Note: 1 observation completely determined. Standard errors questionable.

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

Final model

Ordered probit regression	Number of obs	=	101
	LR chi2(2)	=	1.50
	Prob > chi2	=	0.4721

Log likelihood = -117.23109

Pseudo R2 = 0.0064

SWB8: ทาความรู้เป็น ประจำ (Knowledge)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E1: ค่าใช้จ่ายในการดู ภาพยนตร์	0.0004285	0.0003912	1.1	0.273	-0.0003382	0.0011952
E15: ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ตัวเครื่องบินออนไลน์	0.0000121	0.0000279	0.43	0.665	-0.0000427	0.0000669

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-1.577577	0.2202982	-2.009354	-1.145801
cut2	0.0824602	0.1476141	-0.2068582	0.3717786
cut3	1.101906	0.1721068	0.7645825	1.439229

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

SWB9: สามารถสร้างรายได้ได้อย่างมากมาย (Earning)

Full model

Ordered probit regression	Number of obs	=	80
	LR chi2(16)	=	23.05
	Prob > chi2	=	0.1124

Log likelihood = -108.47162 Pseudo R2 = 0.0960

ตารางที่ 4.30 ปัจจัยที่มีผลต่อความยินดีอยู่ดีของบุคคลด้านสามารถสร้างรายได้ได้อย่างมากมาย (Earning) ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Ordered Probit

SWB9: สามารถสร้างรายได้ได้อย่างมากมาย (Earning)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E1: ค่าใช้จ่ายในการดูภาพยนตร์	0.0006164	0.0005182	1.19	0.234	-0.0003991	0.001632
E2: ค่าใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณา	0.0001898	0.0014507	0.13	0.896	-0.0026535	0.0030331
E3: ค่าใช้จ่ายในการฟังเพลง	0.0181921	0.0166241	1.09	0.274	-0.0143905	0.0507747
E4: ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์	-0.0049682	0.0043439	-1.14	0.253	-0.0134821	0.0035456

SWB9: สามารถ สร้างรายได้ได้อย่าง มากมาย (Earning)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E5: ค่าใช้จ่ายในการ พบปะพูดคุย, คุย โทรศัพท์, เครื่องมือ สังคมออนไลน์	-0.0003829	0.0003638	-1.05	0.293	-0.0010959	0.0003301
E6: ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อขายสินค้าผ่าน ระบบออนไลน์	-0.0000934	0.0002843	-0.33	0.742	-0.0006506	0.0004637
E7: ค่าใช้จ่ายในการ ทำธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking)	0.0000135	0.0000377	0.36	0.72	-0.0000603	0.0000873
E9: ค่าใช้จ่ายในการ ใช้Applications	0.0228994	0.0117825	1.94	0.052	-0.0001938	0.0459925
E10: ค่าใช้จ่ายใน การอ่านข่าว/ หนังสือพิมพ์/ วารสาร/Magazine ผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์	0.0001153	0.0058446	0.02	0.984	-0.0113398	0.0115705
E11: ค่าใช้จ่ายใน การเรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	-0.0023154	0.006553	-0.35	0.724	-0.015159	0.0105283
E12: ค่าใช้จ่ายใน การติดตั้ง Software	0.0014498	0.0023926	0.61	0.545	-0.0032397	0.0061392

SWB9: สามารถ สร้างรายได้ได้อย่าง มากมาย (Earning)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E13: ค่าใช้จ่ายใน การดาวน์โหลด ข้อมูล (Database online)	0.0080239	0.0126614	0.63	0.526	-0.0167921	0.0328398
E14: ค่าใช้จ่ายใน การซื้อขายหุ้น ออนไลน์	0.0000403	0.0000473	0.85	0.394	-0.0000523	0.0001329
E15: ค่าใช้จ่ายใน การซื้อตัวเครื่องบิน ออนไลน์	0.0001901	0.0000973	1.95	0.051	-0.000000532	0.0003808
E16: ค่าใช้จ่ายใน การจองห้องพัก ออนไลน์	-0.0002797	0.0001285	-2.18	0.029	-0.0005316	-0.0000279
E18: ค่าใช้จ่ายด้าน VDO คอนเฟอร์เรนซ์	-0.0289395	0.0527446	-0.55	0.583	-0.1323171	0.0744382

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-1.439894	0.2473894	-1.924768	-0.9550193
cut2	-1.158775	0.2244637	-1.598716	-0.7188342
cut3	-0.2080396	0.1962583	-0.5926988	0.1766196
cut4	1.127422	0.2348126	0.6671976	1.587646
cut5	2.206017	0.3363924	1.5467	2.865334

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

Final model

Ordered probit regression	Number of obs	= 103
	LR chi2(1)	= 8.24
	Prob > chi2	= 0.0041

Log likelihood = -141.63604

Pseudo R2 = 0.0283

SWB9: สามารถสร้าง รายได้ได้อย่างมากมาย (Earning)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E9: ค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications	0.004103	0.001466	2.8	0.005	0.00123	0.0069763

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-1.455635	0.1915097	-1.830987	-1.080283
cut2	-1.203888	0.1679098	-1.532985	-0.8747909
cut3	-0.3209438	0.1304824	-0.5766847	-0.065203
cut4	1.022369	0.153338	0.7218323	1.322906
cut5	1.948568	0.2467486	1.46495	2.432186

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

SWB10: มีความสงบสุข และสันติภาพในชีวิต (Peace)

Full model

Ordered probit regression	Number of obs	= 80
	LR chi2(16)	= 17.54
	Prob > chi2	= 0.3512

Log likelihood = -91.526272

Pseudo R2 = 0.0875

ตารางที่ 4.31 ปัจจัยที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของบุคคลด้านการมีความสงบสุข และสันติภาพในชีวิต (Peace) ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบ Ordered Probit

SWB10: มีความสงบสุข และสันติภาพในชีวิต (Peace)	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
E1: ค่าใช้จ่ายในการดู ภาพยนตร์	0.0006837	0.0005511	1.24	0.215	-0.0003965	0.0017638
E2: ค่าใช้จ่ายด้านสื่อ โฆษณา	0.0003366	0.0014601	0.23	0.818	-0.0025251	0.0031983
E3: ค่าใช้จ่ายในการฟัง เพลง	-0.0026553	0.0165525	-0.16	0.873	-0.0350976	0.029787
E4: ค่าใช้จ่ายในการเล่น เกมส์ออนไลน์	0.0003518	0.0106852	0.03	0.974	-0.0205907	0.0212943
E5: ค่าใช้จ่ายในการ พบปะพูดคุย, คุย โทรศัพท์, เครือข่าย สังคมออนไลน์	-0.0005448	0.000381	-1.43	0.153	-0.0012916	0.000202
E6: ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ขายสินค้าผ่านระบบ ออนไลน์	0.0001786	0.00029	0.62	0.538	-0.0003898	0.0007471

SWB10: มีความสงบสุข และสันติภาพในชีวิต (Peace)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E7: ค่าใช้จ่ายในการทำ ธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking)	-0.0000316	0.0000393	-0.8	0.423	-0.0001087	0.0000456
E9: ค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications	-0.0138326	0.0129229	-1.07	0.284	-0.0391611	0.0114959
E10: ค่าใช้จ่ายในการ อ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/ วารสาร/Magazine ผ่าน สื่ออิเล็กทรอนิกส์	-0.0034548	0.0057522	-0.6	0.548	-0.014729	0.0078193
E11: ค่าใช้จ่ายในการ เรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	-0.0048151	0.0064158	-0.75	0.453	-0.0173899	0.0077597
E12: ค่าใช้จ่ายในการ ติดตั้ง Software	-0.0027202	0.0030917	-0.88	0.379	-0.0087799	0.0033395
E13: ค่าใช้จ่ายในการ ดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	0.06043	3.127153	0.02	0.985	-6.068678	6.189537
E14: ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ขายหุ้นออนไลน์	0.0000518	0.0000492	1.05	0.292	-0.0000446	0.0001482
E15: ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ตู้เครื่องบินออนไลน์	0.0000531	0.0000973	0.55	0.585	-0.0001376	0.0002437
E16: ค่าใช้จ่ายในการ จองห้องพักออนไลน์	-0.00006	0.0001292	-0.46	0.642	-0.0003132	0.0001931

SWB10: มีความสงบสุข และสันติภาพในชีวิต (Peace)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E18: ค่าใช้จ่ายด้าน VDO คอนเฟอเรนซ์	-0.0518335	0.0572231	-0.91	0.365	-0.1639887	0.0603216

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-2.601215	0.463789	-3.510224	-1.692205
cut2	-1.920778	0.3133488	-2.534931	-1.306626
cut3	-0.2634835	0.2047594	-0.6648045	0.1378375
cut4	0.7452878	0.216125	0.3216906	1.168885

Note: 2 observations completely determined. Standard errors questionable.

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

Final model

Ordered probit regression	Number of obs	=	80
	LR chi2(16)	=	17.54
	Prob > chi2	=	0.3512

Log likelihood = -91.526272

Pseudo R2 = 0.0875

SWB10: มีความสงบสุข และสันติภาพในชีวิต (Peace)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E1: ค่าใช้จ่ายในการดู ภาพยนตร์	0.0006837	0.0005511	1.24	0.215	-0.0003965	0.0017638
E2: ค่าใช้จ่ายด้านสื่อ โฆษณา	0.0003366	0.0014601	0.23	0.818	-0.0025251	0.0031983
E3: ค่าใช้จ่ายในการฟัง เพลง	-0.0026553	0.0165525	-0.16	0.873	-0.0350976	0.029787
E4: ค่าใช้จ่ายในการเล่น เกมส์ออนไลน์	0.0003518	0.0106852	0.03	0.974	-0.0205907	0.0212943
E5: ค่าใช้จ่ายในการ พบปะพูดคุย, คุย โทรศัพท์, เครือข่าย สังคมออนไลน์	-0.0005448	0.000381	-1.43	0.153	-0.0012916	0.000202
E6: ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ขายสินค้าผ่านระบบ ออนไลน์	0.0001786	0.00029	0.62	0.538	-0.0003898	0.0007471
E7: ค่าใช้จ่ายในการทำ ธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking)	-0.0000316	0.0000393	-0.8	0.423	-0.0001087	0.0000456
E9: ค่าใช้จ่ายในการใช้ Applications	-0.0138326	0.0129229	-1.07	0.284	-0.0391611	0.0114959
E10: ค่าใช้จ่ายในการ อ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/ วารสาร/Magazine ผ่าน สื่ออิเล็กทรอนิกส์	-0.0034548	0.0057522	-0.6	0.548	-0.014729	0.0078193

SWB10: มีความสงบสุข และสันติภาพในชีวิต (Peace)	Coef.	Std. Err.	z	P> z 	[95% Conf. Interval]	
E11: ค่าใช้จ่ายในการ เรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)	-0.0048151	0.0064158	-0.75	0.453	-0.0173899	0.0077597
E12: ค่าใช้จ่ายในการ ติดตั้ง Software	-0.0027202	0.0030917	-0.88	0.379	-0.0087799	0.0033395
E13: ค่าใช้จ่ายในการ ดาวน์โหลดข้อมูล (Database online)	0.06043	3.127153	0.02	0.985	-6.068678	6.189537
E14: ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ขายหุ้นออนไลน์	0.0000518	0.0000492	1.05	0.292	-0.0000446	0.0001482
E15: ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ตัวเครื่องบินออนไลน์	0.0000531	0.0000973	0.55	0.585	-0.0001376	0.0002437
E16: ค่าใช้จ่ายในการ จองห้องพักออนไลน์	-0.00006	0.0001292	-0.46	0.642	-0.0003132	0.0001931
E18: ค่าใช้จ่ายด้าน VDO คอนเฟอร์เรนซ์	-0.0518335	0.0572231	-0.91	0.365	-0.1639887	0.0603216

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

cut1	-2.601215	0.463789	-3.510224	-1.692205
cut2	-1.920778	0.3133488	-2.534931	-1.306626
cut3	-0.2634835	0.2047594	-0.6648045	0.1378375
cut4	0.7452878	0.216125	0.3216906	1.168885

Note: 2 observations completely determined. Standard errors questionable.

ที่มา: การคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Stata

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามออนไลน์

เรื่อง การวิเคราะห์การใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย

ส่วนที่ 1: ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ข้อ 1.) เพศ 1. ชาย 2. หญิง
- ข้อ 2.) อายุ (ปี)
- ข้อ 3.) สถานภาพสมรส 1. โสด 2. สมรส
- ข้อ 4.) จำนวนบุตร (คน)
- ข้อ 5.) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (นับรวมตัวท่านด้วย)
- ข้อ 6.) วุฒิการศึกษาสูงสุด 1. ประถมศึกษา 2. มัธยมศึกษา 3. อนุปริญญา/ปวส.
 4.ปริญญาตรี 5.ปริญญาโท 6.ปริญญาเอก
- ข้อ 7.) ลักษณะงานที่ทำ
 1. ส่วนราชการ 2. หน่วยงานในกำกับของรัฐ
 3. รัฐวิสาหกิจ 4. บริษัทเอกชน
 5. ธุรกิจส่วนตัว 6. งานอิสระ
 7. แม่บ้าน 8. นักเรียน/นักศึกษา
 9. เกษตรกร 10. รับจ้างทั่วไป
 11. เกษียณ 12. ไม่ได้ทำงาน
- ข้อ 8.) ภูมิลำเนาเดิม 1. กรุงเทพฯ 2. จังหวัด.....
- ข้อ 9.) สถานที่ทำงานอยู่ที่จังหวัด 1. กรุงเทพฯ 2. จังหวัด.....
- ข้อ 10.) รายได้ต่อเดือนประมาณ (บาท)
- ข้อ 11.) ลักษณะที่พักอาศัยปัจจุบัน
 1. บ้านเดี่ยว 2. คอนโดมิเนียม 3. อาคารพาณิชย์/ ทาวน์เฮ้าส์
 4. ห้องเช่า 5. หอพักนักศึกษา 6. บ้านพักซึ่งที่ทำงานจัดให้
- ข้อ 12.) ระยะห่างของที่พักกับอำเภอเมือง (กม.)
- ข้อ 13.) มีญาติพี่น้องหรือคนรักอยู่ที่ต่างประเทศหรือไม่ 1. มี 2. ไม่มี
- ข้อ 14.) เดินทางข้ามจังหวัดเป็นประจำหรือไม่ 1. ใช่ 2. ไม่ใช่
- ข้อ 15.) เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำหรือไม่ 1. ใช่ 2. ไม่ใช่

ส่วนที่ 2: ข้อมูลการใช้งานบริการโทรคมนาคม

ข้อ 16.) ท่านใช้บริการโทรคมนาคมต่อไปนี้หรือไม่

16.1) ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือไม่ 1. ใช่ 2. ไม่ใช่

16.2) ท่านใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ต ด้วยหรือไม่
 1. ใช่ 2. ไม่ใช่

16.3) ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ค่ายใดเป็นหลัก
 1. AIS 2. True 3. DTAC 4. My 5. TOT

16.4) ท่านใช้ระบบของสมาร์ตโฟน 1. 2G 2. 3G 3. 4G

16.5) ค่าใช้บริการต่อเดือนรวมทั้งค่าโทรศัพท์และค่าอินเทอร์เน็ตประมาณ.....บาทต่อเดือน

17.1) ท่านใช้ โทรศัพท์บ้านหรือไม่ 1. ใช่ 2. ไม่ใช่

17.2) ท่านใช้อินเทอร์เน็ตประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้านของท่าน ด้วยหรือไม่
 1. ใช่ 2. ไม่ใช่

17.3) ท่านใช้บริการโทรศัพท์บ้านจาก 1. TOT 2. True 3. TT&T

17.4) ท่านใช้อินเทอร์เน็ตประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้าน จาก
 1. TOT 2. True 3. 3BB 4. Sinet

17.5) ท่านเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์ใด
 1. สมาร์ตโฟน (Smart Phone) 2. คอมพิวเตอร์ 3. แท็บเล็ต (Tablet)
 4. โน้ตบุ๊ก 5. ไอแพด (iPad)

17.6) ค่าใช้บริการเฉพาะค่าโทรศัพท์บ้านประมาณบาทต่อเดือน

17.7) ค่าใช้บริการเฉพาะค่าอินเทอร์เน็ตประจำที่ ซึ่งติดตั้งใช้งานที่บ้านประมาณบาทต่อเดือน

17.8) ท่านใช้ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ.....ชั่วโมง/วัน

17.9) ท่านใช้อินเทอร์เน็ตช่วงเวลาใด
 1. 06.00 – 12.00 น. 2. 12.01 – 18.00 น.
 3. 18.01 – 24.00 น. 4. 24.01 – 05.59 น.

17.10) ท่านใช้อินเทอร์เน็ตจากสถานที่ใด

1. บ้าน 2. ศูนย์ไอทีชุมชน 3. ศูนย์การค้า
 4. อินเทอร์เน็ต คาเฟ่ 5. ร้านกาแฟ 6. สถานที่ทำงาน

17.11) ท่านใช้แอปพลิเคชันใดในการใช้เว็บไซต์โซเชียลมีเดีย (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

1. Line 2. What App 3. Facebook
 4. Youtube 5. Google 6. MSN

7. Instagram 8. Skype 9. TV online
10. แอปพลิเคชันสำหรับถ่ายรูปและตกแต่งรูป 11. แอปพลิเคชันเกมส์

17.12) ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อกิจกรรมใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

1. ดูภาพยนตร์
2. สื่อโฆษณา
3. ฟังเพลง
4. เล่นเกมส์ออนไลน์
5. การพบปะพูดคุย, คุยโทรศัพท์, เครื่องข่ายสังคมออนไลน์
6. ซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์
7. ทำธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking)
8. อัพโหลด แชร์รูปภาพ/วิดีโอ (VDO ออนไลน์)
9. Applications
10. อ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์
11. การเรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning)
12. การติดตั้ง Software
13. ดาวน์โฮลด์ข้อมูล (Database online)
14. การซื้อขายหุ้นออนไลน์
15. การซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์
16. การจองห้องพักออนไลน์
17. การลงโฆษณา
18. VDO คอนเฟอร์เรนซ์
19. การใช้บริการทางการแพทย์ออนไลน์

ข้อ 18.) ขอให้ท่านประเมินสิ่งที่ท่านเป็นอยู่ในปัจจุบัน ดังนี้

- 18.1) อาหารการกินของท่านอุดม เห็นด้วยน้อยที่สุด ① ② ③ ④ ⑤ เห็นด้วยมากที่สุด
 สมบูรณ์
- 18.2) การเดินทางสะดวกรวดเร็ว เห็นด้วยน้อยที่สุด ① ② ③ ④ ⑤ เห็นด้วยมากที่สุด
- 18.3) ท่านออกกำลังกายเป็นประจำ เห็นด้วยน้อยที่สุด ① ② ③ ④ ⑤ เห็นด้วยมากที่สุด
- 18.4) ท่านทำงานอย่างมีความสุข เห็นด้วยน้อยที่สุด ① ② ③ ④ ⑤ เห็นด้วยมากที่สุด
- 18.5) ท่านได้ทำงานอดิเรก (Hobby) เห็นด้วยน้อยที่สุด ① ② ③ ④ ⑤ เห็นด้วยมากที่สุด
 เป็นประจำ

- 18.6) ท่านมีครอบครัวที่มีความสุข เห็นด้วยน้อยที่สุด ① ② ③ ④ ⑤ เห็นด้วยมากที่สุด
- 18.7) ท่านได้สังสรรค์กับเพื่อนอย่างมีความสุข เห็นด้วยน้อยที่สุด ① ② ③ ④ ⑤ เห็นด้วยมากที่สุด
- 18.8) ท่านได้หาความรู้เป็นประจำ เห็นด้วยน้อยที่สุด ① ② ③ ④ ⑤ เห็นด้วยมากที่สุด
- 18.9) ท่านสามารถสร้างรายได้ได้อย่างมากมาย เห็นด้วยน้อยที่สุด ① ② ③ ④ ⑤ เห็นด้วยมากที่สุด
- 18.10) ท่านมีความสุขและสันติภาพในชีวิต เห็นด้วยน้อยที่สุด ① ② ③ ④ ⑤ เห็นด้วยมากที่สุด

ข้อ 19.) ท่านใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านี้กี่บาทต่อเดือน

1. ภาพยนตร์ บาท/เดือน
2. สื่อโฆษณา บาท/เดือน
3. ฟังเพลง บาท/เดือน
4. เล่นเกมออนไลน์ บาท/เดือน
5. การพบปะพูดคุย, คุยโทรศัพท์, เครือข่ายสังคมออนไลน์ บาท/เดือน
6. ซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ บาท/เดือน
7. ทำธุรกรรมทางการเงิน (E-Banking) บาท/เดือน
8. อัพโหลด แชร์รูปภาพ/วิดีโอ (VDO ออนไลน์) บาท/เดือน
9. Applications บาท/เดือน
10. อ่านข่าว/หนังสือพิมพ์/วารสาร/Magazine ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ บาท/เดือน
11. การเรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning) บาท/เดือน
12. การติดตั้ง Software บาท/เดือน
13. ดาวน์โหลดข้อมูล (Database online) บาท/เดือน
14. การซื้อขายหุ้นออนไลน์ บาท/เดือน
15. การซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ บาท/เดือน
16. การจองห้องพักออนไลน์ บาท/เดือน
17. การลงโฆษณา บาท/เดือน
18. VDO คอนเฟอร์เรนซ์ บาท/เดือน
19. การใช้บริการทางการแพทย์ออนไลน์ บาท/เดือน

*** ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาตอบแบบสอบถาม ***

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ-นามสกุล** นางสาวธนิกุล บุญศรีตัน
- วัน เดือน ปี เกิด** 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2528
- ประวัติการศึกษา** สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี ศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2550
- ประสบการณ์** 2555 – ปัจจุบัน คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตำแหน่ง พนักงานปฏิบัติงาน
- 2550-2554 บริษัท ฟุจิคุระ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด Fujikura Electronics (Thailand) Ltd. ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่วางแผนการผลิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

