

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING DECISIONS MAKING TO USE CLOUD STORAGE SERVICES OF THE WORKING GROUP IN BANGKOK

นายประจักษ์ตรา แก้วมณี¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของทาร์โย ยามาเนะ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละและแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติทดสอบการหาค่าความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

ผลการศึกษารูปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25-35 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการใช้อุปกรณ์ Windows/ Desktop, Laptop เข้าใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage เพื่อใช้ในการทำงาน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ต่อเดือน ช่วง 101-150 บาท และส่วนใหญ่ใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ของ iCloud ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องความสะดวกในการเข้าถึงไฟล์ข้อมูลจากทุกที่และทุกอุปกรณ์ ปัจจัยด้านราคา เรื่องการให้บริการฟรีแบบจำกัด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เรื่องขั้นตอนในการชำระเงินตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการมีความสะดวก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด เรื่องมีการให้ข้อมูลข่าวสาร แก่ลูกค้า โปรโมชัน ปัจจัยด้านการให้บริการแบบเจาะจง เรื่องมีช่องทางการติดต่อตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว เรื่องการรับประกันการสูญหายของข้อมูล

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลได้ถูกพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่ต้องเก็บข้อมูลลงแผ่น CD ขนาดไม่กี่ MB พัฒนามาเป็น Flash Drive ที่พกพาสะดวกมากขึ้น แล้วเริ่มมีการผลิต External Harddisk ที่มีทั้งความสามารถในการพกพา และขนาดความจุที่มากขึ้นถึงระดับ TB ต่อมาบริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud storage services ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น นอกจากความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลแล้วยังมีปัจจัยสนับสนุนคือ การเติบโตของอุปกรณ์โมบายชนิดต่าง ๆ ทั้ง Smart device และอุปกรณ์ Internet of Things (IoT) ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลอัปเดต และแชร์ข้อมูลได้อย่างสะดวก นอกจากนี้การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยังทำให้การรับ-ส่งไฟล์ข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ นั้นสามารถทำได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจ การมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2561 (ไตรมาส 4) สำนักงานสถิติแห่งชาติกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารพบว่า แนวโน้มการใช้คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต ของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ในช่วงระยะเวลา 4 ปี ระหว่างปี 2558-2561 พบว่าผู้ใช้คอมพิวเตอร์ลดลง จากร้อยละ 34.9 (จำนวน 21.8 ล้านคน) เป็นร้อยละ 27.2 (จำนวน 17.2 ล้านคน) ขณะที่มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 39.3 (จำนวน 24.5 ล้านคน) เป็นร้อยละ 60.8 (จำนวน 38.5 ล้านคน) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

Cloud Computing คือการประมวลผลข้อมูลบน Cloud มีเครื่องคอมพิวเตอร์หลายเครื่องทำงานช่วยกัน และด้วยเหตุนี้ก็ได้เกิดเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลขึ้นมาใหม่เรียกว่า Cloud Storage เป็นการเก็บข้อมูลไว้ยังผู้ให้บริการ เป็นการทำงานโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่มากมายบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเราเพียงแค่เชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยไม่ต้องสนใจว่าทรัพยากรที่ใช้อยู่นั้นมาจากต่างที่ต่างระบบเครือข่าย ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ ทุกเวลา ทุกอุปกรณ์ ขอเพียงแค่อินเทอร์เน็ต

ด้วยปัจจัยทางเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันนี้ จึงได้เกิดการให้บริการรูปแบบที่เรียกว่าการให้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud storage ขึ้น ปัจจุบันมีผู้คนจำนวนมากที่บันทึกไฟล์งานต่าง ๆ ไว้ในระบบเก็บข้อมูลบน Cloud ส่งผลให้ความต้องการในการใช้งานพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud สูงขึ้นเรื่อย ๆ จึงมีผู้ให้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud หลายเจ้าเกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเหล่านั้น ซึ่งผู้ให้บริการได้นำแนวคิดการให้บริการและการสร้างรายได้แบบฟรีเมียม (Freemium) มาใช้ในการให้บริการ ซึ่งแนวคิดนี้จุดประสงค์หลักคือ สร้างฐานผู้ใช้บริการให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยการให้บริการฟรีในระยะเริ่มต้น โดยหลักการจะเน้นที่การให้บริการกับผู้ใช้ที่ไม่เคยใช้บริการมาก่อนให้เกิดการทดลองใช้ ซึ่งแนวคิดนี้สามารถเพิ่มฐานผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว ประกอบกับสามารถสร้างรายได้จากการใช้บริการเสริมที่ทางผู้ให้บริการจัดเตรียมไว้ โดยที่การให้บริการเสริมนั้นจะมีค่าใช้จ่าย แต่ในทางกลับกันพบว่า การให้บริการในรูปแบบนี้นั้นสามารถเริ่มต้นตามหรือลอกเลียนแบบกลยุทธ์ได้โดยง่าย จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้พบว่าผู้ใช้บริการมีการเปลี่ยนการให้บริการจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งโดยง่ายเช่นกัน (Kim and Son, 2009) เนื่องจากความง่ายในการเปลี่ยนและการตัดสินใจ เนื่องจากแห่งใหม่ไม่มีค่าใช้จ่าย (Kenneth Salas, 2015) หลายๆ ธุรกิจนิยมนำฟรีเมียมมาใช้ จากการเข้าถึงของอินเทอร์เน็ตที่เข้ามามีบทบาทกับคนมากขึ้น โดยเฉพาะพฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ต่าง ๆ ก็มีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เรามักจะเจอบริการแบบฟรีเมียมในแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น Spotify, Dropbox, Joox, Netflix และ Skype เป็นต้น ที่มีโมเดลคล้ายๆ กับไมโครซอฟท์อย่าง Spotify ที่ให้บริการฟังเพลงออนไลน์ ซึ่งลูกค้าสามารถฟังเพลงได้ฟรีตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ แต่ถ้าลูกค้าใช้บริการแบบฟรีเมียม ลูกค้าสามารถฟังเพลงได้ไม่จำกัดพร้อมกับเพลงที่มีคุณภาพสูง ไม่มีโฆษณา คั่น รวมถึงยังสามารถโหลดเพลงไว้ฟังแบบออฟไลน์ได้อีกด้วย หรือ Dropbox ที่เรียกได้ว่าเป็นเว็บไซต์จัดเก็บข้อมูลออนไลน์หรือ Cloud storage ที่เป็นที่ยอมรับเว็บหนึ่ง ในตอนแรกหลังจากลูกค้าสมัครบริการแล้ว Dropbox จะให้พื้นที่ในการจะเก็บไฟล์ฟรีมาในจำนวนหนึ่ง ถ้าหากลูกค้าต้องการพื้นที่เพิ่มก็จะต้องค่าบริการเพิ่มหรืออัปเกรดมาเป็นอีกเวอร์ชันหนึ่ง เพื่อให้ได้รับการบริการแบบฟรีเมียม

การตัดสินใจของผู้ใช้บริการนั้นหลายงานวิจัยในอดีตยังแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะใช้บริการจากผู้ให้บริการเดิมต่อไปและจะนำไปสู่ความภักดีและความยินดีที่จะจ่ายเพื่อใช้บริการในส่วนเพิ่มเติม แต่การให้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud นั้นยังจะต้องมีการพัฒนาต่อเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ให้บริการ และนำเสนอรูปแบบใหม่ๆ ของบริการด้วย ดังนั้นผู้ให้บริการจึงต้องเข้าใจกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ เพื่อนำเสนอบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น และการรักษาฐานผู้ใช้บริการให้มีการใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการพื้นที่จัดเก็บข้อมูล Cloud storage เพื่อจะได้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการพื้นที่จัดเก็บข้อมูล Cloud storage เพื่อนำการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ รวมถึงใช้ในการปรับเปลี่ยนปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด นำเสนอบริการในรูปแบบใหม่ของผู้ให้บริการ และให้มีความสอดคล้องและสามารถตอบสนองต่อความต้องการ ของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจการเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage โดยจะทำการเก็บข้อมูลตัวอย่างทั้งจากผู้ที่เคยใช้บริการและผู้ที่กำลังใช้บริการ รวมถึงผู้ที่กำลังตัดสินใจที่จะใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage เพื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ตัวอย่างทั้งจากผู้ที่เคยใช้บริการและผู้ที่กำลังใช้บริการ รวมถึงผู้ที่กำลังตัดสินใจที่จะใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage เพื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยปัจจัยต่าง ๆ

สำหรับประชากรที่ใช้ศึกษาในงานวิจัยนี้คือ กลุ่มคนวัยทำงานทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage

โดยระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม-กันยายน 2562 รวมทั้งสิ้น 3 เดือน

กรอบแนวความคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1. เพศ
2. อายุ
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
2. ปัจจัยด้านราคา
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล
6. ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว

ตัวแปรตาม

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ พื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage

1. อุปกรณ์ที่เข้าใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage
2. เหตุผลในการใช้
3. ค่าใช้จ่ายในการใช้
4. บริการที่เคยใช้

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage

นิยามศัพท์

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ศัพท์ที่มีความหมายเฉพาะดังนี้

ข้อมูลประชากรศาสตร์ หมายถึง คุณลักษณะทั่วไปซึ่งรวมหมายถึง เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มดังกล่าวใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสิทธิภาพ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคม

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง ส่วนประสมการตลาด คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

กลุ่มประชากร หมายถึง ผู้ใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ที่อาศัยในเขต กรุงเทพมหานคร

Cloud computing หมายถึง การประมวลผลแบบ Cloud โดยให้บริการทางอินเทอร์เน็ต เป็นการรวบรวมทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการใช้งานมาเชื่อมโยงกัน โดยการใช้ทรัพยากรทั้งหมดรวมกันกับผู้ใช้บริการรายอื่น ซึ่งกระบวนการทำงานต่าง ๆ จะอิงกับความต้องการ ของผู้ใช้งาน (Mell & Gance, 2011)

Internet หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ ที่มีการเชื่อมโยงเครือข่ายที่มีความ หลากหลายของคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกันทั้งขนาดและต่างสถาปัตยกรรม ทำให้สามารถเชื่อมโยงและติดต่อกันได้ทั่วโลก (ศรัณย์ ยุววรรณ, 2554)

Synchronized Data คือกระบวนการที่ทำให้ข้อมูลทั้งต้นทางและปลายทางมีความ เหมือนเป็นแหล่งข้อมูลเดียวกัน รวมถึงการปรับปรุงแก้ไขต่าง ๆ สามารถทำได้ในทันทีโดยผ่าน ช่องทางที่ผู้ให้บริการได้จัดเตรียมให้ผ่านอินเทอร์เน็ต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่จัดเก็บข้อมูล Cloud Storage ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร และนำผลงานวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลการวิเคราะห์เพื่อ ประกอบการตัดสินใจ รวมถึงใช้ในการปรับเปลี่ยน ปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทฯ

2. เป็นประโยชน์สำหรับภาคธุรกิจรวมถึงผู้ที่สนใจนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาหรือการทำงานที่เกี่ยวข้อง

3. เป็นประโยชน์ในด้านฐานข้อมูลและการต่อยอดการทำวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่จัดเก็บข้อมูล Cloud Storage

วิธีทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้ในงานวิจัย สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมุติฐานทั้ง 2 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้

2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบการหาค่าความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) การทดสอบแบบไคสแคว (Chi-Square)

2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบการหาค่าความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) การทดสอบแบบไคสแคว (Chi-Square)

สรุปผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า กลุ่มประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.50 อายุระหว่าง 25-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 61 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 77.50 อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 66 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับรายได้ 45,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.75

จำนวนและร้อยละของข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้พื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด

ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยอิสระที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นสูงสุด 5 อันดับ ได้แก่ อันดับแรก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในเรื่องความสะดวกในการเข้าถึงไฟล์ข้อมูลจากทุกที่และทุกอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.04 : เห็นด้วยมาก) อันดับสอง ปัจจัยด้านราคา (Price) ในเรื่องการให้บริการฟรีแบบจำกัด (ค่าเฉลี่ย 3.89 : เห็นด้วยมาก) อันดับสาม ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) ในเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.88 : เห็นด้วยมาก) อันดับสี่และห้า ปัจจัยด้านราคา (Price) ในเรื่องแอปพลิเคชันมีความสะดวกในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.86 : เห็นด้วยมาก) และ ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) ในเรื่องมีการแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.86 : เห็นด้วยมาก)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ความเห็นในเรื่องความสะดวกในการเข้าถึงไฟล์ข้อมูลจากทุกที่และทุกอุปกรณ์ ค่าเฉลี่ย 4.04 : เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านราคา (Price) ความเห็นในเรื่องการให้บริการฟรีแบบจำกัด ค่าเฉลี่ย 3.89 : เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ความเห็นในเรื่องขั้นตอนในการชำระเงินตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการมีความสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.85 : เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ความเห็นในเรื่องมีการให้ข้อมูลข่าวสาร แก่ลูกค้า โปรโมชั่น ค่าเฉลี่ย 3.83 : เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านการให้บริการแบบเจาะจง (Personalization) ความเห็นในเรื่องมีช่องทางการติดต่อตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 3.84 : เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) ความเห็นในเรื่องการรับประกันการสูญหายของข้อมูล ค่าเฉลี่ย 3.88 : เห็นด้วยมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 การตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage แตกต่างกันตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันตามอุปกรณ์ที่เข้าใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปกรณ์ที่เข้าใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage กับ เพศ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปกรณ์ที่เข้าใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage กับ อายุ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปกรณ์ที่เข้าใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage กับ ระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปกรณ์ที่เข้าใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage กับ อาชีพ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปกรณ์ที่เข้าใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage กับ รายได้เฉลี่ย พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันตามเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage กับ เพศ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage กับ อายุ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage กับ ระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage กับ อาชีพ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage กับ รายได้เฉลี่ย พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage กับ รายได้เฉลี่ย พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.3 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูลต่อเดือน

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล กับ เพศ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล กับ อายุ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล กับ ระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล กับ อาชีพ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล กับ รายได้เฉลี่ย พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.4 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันตามบริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ที่ใช้

ความสัมพันธ์ระหว่างบริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ที่เคยใช้ กับ เพศ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
ความสัมพันธ์ระหว่างบริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ที่เคยใช้ กับ อายุ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
ความสัมพันธ์ระหว่างบริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ที่เคยใช้ กับ ระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างบริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ที่เคยใช้ กับ อาชีพ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างบริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ที่เคยใช้ กับ รายได้เฉลี่ย พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจการเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กับ อุปกรณ์ที่เข้าใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กับ เหตุผลในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กับ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กับ บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ที่เคยใช้ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25-35 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่มีการใช้อุปกรณ์ Windows/ Desktop, Laptop เข้าใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage เพื่อใช้ในการทำงาน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ต่อเดือน ช่วง 101-150 บาท และส่วนใหญ่ใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ของ iCloud

อภิปรายผลข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล Cloud Storage ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องความสะดวกในการเข้าถึงไฟล์ข้อมูลจากทุกที่และทุกอุปกรณ์ ปัจจัยด้านราคา เรื่องการให้บริการฟรีแบบจำกัด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เรื่องขั้นตอนในการชำระเงินตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการมีความสะดวก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด เรื่องมีการให้ข้อมูลข่าวสาร แก่ลูกค้า โปรโมชั่น ปัจจัยด้านการให้บริการแบบเจาะจง เรื่องมีช่องทางการติดต่อตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว เรื่องการรับประกันการสูญหายของข้อมูล

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้น นอกเหนือจากเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งเงื่อนไขของกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากผู้ให้บริการมีการขยายขอบเขตการให้บริการไปอีกในหลายจังหวัด เพื่อให้ทราบถึงข้อมูล และ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพื้นที่เก็บข้อมูล ว่ามีความแตกต่างจากผู้ให้บริการ ที่อาศัยอยู่หรือทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างไร และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการ ประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อไปได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาโครงการต่อไป

1. ควรศึกษาในเชิงลึกของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ Cloud Storage เพราะเนื่องจากปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน
2. การศึกษาครั้งต่อไป ควรเปลี่ยนกลุ่มประชากรหรือกลุ่มเป้าหมายเพื่อจะได้รู้ทิศทางของผู้บริโภคในมุมที่กว้างขึ้น
3. ผู้ที่สนใจควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ Cloud Storage เช่น ด้านความเชื่อมั่น ด้านความพึงพอใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด