

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851: วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet) ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: น.ส. พรธิดา วนาชยานนท์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร. พนม พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: มีนาคม พ.ศ. 2543
จำนวนหน้า	: 85 หน้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาถึงรายละเอียดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จ.เชียงใหม่ (3) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (4) เพื่อศึกษาถึงปัญหาที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จ.เชียงใหม่ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนตัว กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบธุรกิจ กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตตามร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต กลุ่มที่ 4 นักศึกษาสถาบันการศึกษา โดยมีสมมุติฐานหลัก (Ho) พฤติกรรม ปัจจัยทางการตลาด และปัญหาที่มีผลต่อการกระทบบต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนตัว, ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบธุรกิจ, ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตตามร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต และนักศึกษาศาสนาบันศึกษาไม่แตกต่างกัน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบคือ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงแบบเอฟ (F – Distribution) และการแจกแจงแบบที (Student's T Distribution)

ผลการวิจัยพบว่าสามารถอธิบายรายละเอียดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (Internet) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ว่า

กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนตัวมี 104 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 15 – 25 ปี มีสถานภาพเป็นโสด เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบธุรกิจมี 87 คน มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี มีสถานภาพเป็นโสด ทำงานเอกชน และมีรายได้ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตตามร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตมี 115 คน มีอายุระหว่าง 15 – 25 ปี มีสถานภาพเป็นโสด เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาสถาบันการศึกษามี 89 คน มีอายุระหว่าง 15 – 25 ปี มีสถานภาพเป็นโสด 83 คน เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท

ส่วนพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่พบมากที่สุด คือ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง รองลงมาคือ ข้อมูลที่ได้รับทางอินเทอร์เน็ตมีความทันสมัย และความสนใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

กลุ่มที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนตัว มีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง รองลงมา คือ ข้อมูลที่ได้รับทางอินเทอร์เน็ตมีความทันสมัย และความสนใจในการใช้อินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

กลุ่มที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบธุรกิจ พบว่ามีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ มีความสนใจในการใช้อินเทอร์เน็ต, รองลงมา คือ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาความรู้ทั่วไป และข้อมูลที่ได้รับทางอินเทอร์เน็ตมีความทันสมัย ตามลำดับ

กลุ่มที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตตามร้านที่ให้บริการ พบว่ามีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ต เป็นอันดับ 1 คือ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง รองลงมา คือ มีความสนใจใช้อินเทอร์เน็ต และข้อมูลที่ได้รับทางอินเทอร์เน็ตมีความทันสมัย ตามลำดับ

กลุ่มนักศึกษาศาสนาการศึกษา พบว่ามีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ข้อมูลที่ได้รับทางอินเทอร์เน็ตมีความทันสมัย รองลงมา คือ มีความสนใจในการใช้อินเทอร์เน็ต และใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง ตามลำดับ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่พบมากที่สุด คือ ราคา รองลงมา คือ ตัวสินค้าและบริการ และสถานที่ให้บริการ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนตัว, เพื่อประกอบธุรกิจ, ตามร้านที่ให้บริการ และนักศึกษา

สถาบันการศึกษา ให้ความสำคัญทางด้านราคาเป็นอันดับหนึ่ง เหมือนกัน

ปัญหาที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่พบมากที่สุด คือ ความล่าช้าในการดึงข้อมูลในแต่ละครั้ง รองลงมา คือ ความล่าช้าในการต่อเชื่อมระหว่างสายโทรศัพท์กับผู้ให้บริการ(ISP) และการหลุดบ่อยของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนตัว พบมากที่สุด คือ ความล่าช้าในการต่อเชื่อมระหว่างสายโทรศัพท์กับผู้ให้บริการ(ISP) รองลงมา คือ ความล่าช้าในการดึงข้อมูลแต่ละครั้ง และการหลุดบ่อยของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบธุรกิจ พบมากที่สุด คือ ความล่าช้าในการดึงข้อมูลแต่ละครั้ง รองลงมา คือ ความล่าช้าในการต่อเชื่อมระหว่างสายโทรศัพท์กับผู้ให้บริการ(ISP) และ การหลุดบ่อยของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตตามร้านที่ให้บริการ พบมากที่สุด คือ ความหลากหลายในการให้บริการ รองลงมา คือ ความล่าช้าในการดึงข้อมูลแต่ละครั้ง และการหลุดบ่อยของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาสถาบันการศึกษาพบมากที่สุด คือ ความล่าช้าในการดึงข้อมูลแต่ละครั้ง รองลงมา คือ ความล่าช้าในการเชื่อมต่อระหว่างสายโทรศัพท์กับผู้ให้บริการ(ISP) และ ความเร็วในการให้บริการ ตามลำดับ

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรม, ปัจจัยทางการตลาด และปัญหาที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนบุคคล, ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบธุรกิจ, ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตตามร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต และนักศึกษาสถาบันศึกษา แตกต่างกันอย่างสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

พฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนตัว, ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบธุรกิจ, ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตตามร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต และนักศึกษาสถาบันศึกษาแตกต่างกัน (ปฏิเสธ H_0)

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนตัว, ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบธุรกิจ, ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตตามร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต และนักศึกษาสถาบันศึกษาไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ปัญหาที่มีผลต่อการกระทบต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนตัว, ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบธุรกิจ, ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตตามร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต และนักศึกษาสถาบันศึกษาไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)