

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์
บริการค้นหาข้อมูล ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ (2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์
บริการค้นหาข้อมูลและอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และ (3) ศึกษา
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ได้แก่ ด้านรูปแบบการออกแบบ เนื้อหา ช่องทาง
สื่อสาร และการนำเสนอหน้าเว็บเพจของเว็บไซต์บริการค้นหาข้อมูล

ประชากรที่ศึกษา เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ระดับปริญญาตรี
ส่วนกลาง กรุงเทพมหานคร จำนวน 271,755 คน ขนาดตัวอย่างกำหนดโดยใช้ตาราง
สำเร็จของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 3\%$ ได้
ตัวอย่างรวมทั้งหมด 1,111 คน และสุ่มตัวอย่างแบบ stratified random sampling เพื่อให้
ได้จำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมกระจายครบทุกคณะ และสำรวจด้วยวิธีสุ่มแบบง่าย
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ที่ผ่านการทดสอบคุณภาพ
ด้วยค่าความถูกต้องใช้ได้ของเครื่องมือ (validity) และค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ
(reliability) โดยค่า Cronbach's Alpha Coefficient = 0.92 จึงได้คำถามของแบบสอบถาม

ที่มีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ สามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้จริง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ Chi-square และ F-test สำหรับการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ปัจจัยด้านรูปแบบการออกแบบ ผู้ใช้ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดในส่วนของการคำนึงถึงวิธีการค้นหาข้อมูลที่ชัดเจน รองลงมาเป็นส่วนของความสวยงามของหน้าเว็บเพจ

ปัจจัยด้านเนื้อหา ให้ความสำคัญมากที่สุดในส่วนของการรองรับการสืบค้นเป็นภาษาไทย รองลงมาเป็นส่วนของการอัปเดตข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ

ปัจจัยด้านช่องทางสื่อสาร ให้ความสำคัญมากที่สุดในส่วนของการรวดเร็วในการแสดงผลลัพธ์ รองลงมาเป็นความเร็วในการเปิดหน้าแรก

ปัจจัยด้านการนำเสนอหน้าเว็บเพจ ให้ความสำคัญมากที่สุดในส่วนของการรองรับการเปลี่ยนภาษาได้หลากหลาย รองลงมาคือส่วนของการจดจำการกำหนดปรับเปลี่ยนตามใจผู้ใช้

โดยภาพรวมแล้ว ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เว็บไซต์บริการค้นหาข้อมูลมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางสื่อสารของเว็บไซต์ รองลงมาเป็นด้านเนื้อหา ด้านการนำเสนอหน้าเว็บเพจ และด้านรูปแบบการออกแบบ ตามลำดับ

The objectives of this thesis are to study (1) the population characteristics of search engine website users, (2) users' behavior in selecting the search engine websites and internet usage, and (3) the factors that affected website selection, i.e. web structure design, content, communication channels, and the presentation of web pages.

The sample group, comprising 1,111 students out of a total population of 271,755, consisted of Ramkhamhaeng University bachelor's degree students who are studying at the main campus in Bangkok. The sample size was arrived at by using Taro Yamane's Table at a level of reliability of 95%, with a standard deviation of $\pm 3\%$. All 1,111 samples were chosen at random by the Stratified Sampling Method prioritized according to the population

ratio of each faculty in order to get the proper distribution of samples among all faculties.

The tool used in this research consisted of a specially developed questionnaire with a level of reliability of 0.92. Validity and Reliability were assessed by Cronbach's Alpha Coefficient test. The data was analyzed and presented in terms of frequency distribution, percentages, means, and standard deviation. A Chi-square and F-test were used in determining comparative relationship for the purpose of testing the research hypothesis.

The research findings were as follows:

With regard to factors that affected website selection involved the structural design of the website, users attached top priority to the clarity of the search information and considered the beauty of the web page a second priority. As regards content, the most important thing was how the search engines supported the content search in Thai, followed by up-to-date content.

In terms of communication channels, the speed with which results appeared was the most critical factor. The speed with which the home page was displayed was of secondary importance. With regard to the presentation of the web page, the greatest importance was attached to multi-language support. The recognition of adaptability by the user was of secondary importance. Overall, the factor most affecting the selection of a particular search engine involved channel of communication, followed in descending order by the content, the presentation of the web page, and the design of the web structure.