

ชื่อเรื่อง : หัตถศิลป์และวาทะต้องการ ชี้อัตนศาสตร์และบริหารผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์
 อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้เขียน : นายปิยะวัฒน์ ประดิษฐ์, นายณยศ นาคดี, นายณนต กิ่งโชติ,
 นางสาวสุรวิมล จินลสุทธนนท์, นางสาวพร เลิศสุทธิโชค

ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนารัตน์ แสงสุวรรณ

ประเทศสารนิพนธ์ : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

2546

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเป็นแบบเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้วิธีวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการรวบรวมข้อมูล เพื่อจัดผลเพียงครั้งเดียว (One-Short Case Study) ซึ่งใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งระเบียบวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) รวมทั้งใช้โปรแกรม SPSS ช่วยในการแจกแจง วิเคราะห์และแปลผลการวิจัย หลังจากนั้นจึงวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Chi-Square test

ขอบเขตของการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

โดยการเลือกตัวอย่างเป็นประชากรผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น เพราะเป็นเขตพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรสูงกว่าพื้นที่อื่น ทั้งนี้เพื่อให้ข้อมูลที่ได้อาจการสำรวจครอบคลุมกลุ่มประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างทั่วถึงในจำนวนที่เหมาะสม

การสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Non-probability Sample) ดังนี้

1. การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเฉพาะผู้ที่ใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วยข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัย และเจ้าของกิจการ

2. กำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้การสำรวจข้อมูลครอบคลุมกลุ่มประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างทั่วถึงและในจำนวนที่เหมาะสม จึงนำขนาดตัวอย่างที่จะศึกษา 400 คนมาแบ่งสัดส่วนแล้วสุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง คือเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคนใดก็ได้ที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับลักษณะของประชากรที่ศึกษาให้ครบตามจำนวนของแต่ละประเภท

ผลการวิจัยพบว่า ผู้เคยใช้บริการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต เกือบยี่สิบส่วนในการเคยใช้บริการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างประชากร เคยใช้บริการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 312 คน และไม่เคยใช้ จำนวน 88 คน ด้านสถานที่ที่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างประชากร ใช้ที่บ้านกับทำงานมากที่สุด จำนวน 141 คน รองลงมาคือ ใช้ที่ทำงาน จำนวน 135 คน และอันดับสุดท้ายคือ ใช้สถานที่บ้านกับสถานศึกษา และ ที่ทำงานกับสถานศึกษาซึ่งมีจำนวนเท่ากัน คือจำนวน 3 คน

หากถามถึงเคยค้นสืบสถานที่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างประชากร ใช้ที่ทำงานในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นอันดับแรก มากที่สุด จำนวน 332 คน รองลงมาคือ ใช้ที่บ้าน จำนวน 250 คน และอันดับสุดท้ายคือ ใช้สถานศึกษา จำนวน 70 คน แต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนทำงานมากกว่า ดังนั้นข้อสรุปจึงควรดูที่ค่าร้อยละ

ในปัจจุบันผู้บริโภค รับรู้ว่าการให้บริการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยประชากรจำนวน 398 คน จะทราบว่ามีการซื้อสินค้าและบริการ และไม่เคยทราบเลยว่ามีการใช้บริการ จำนวน 2 คน

ระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า ใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง อย่างน้อย 30-60 นาที จำนวน 157 คน รองลงมาคือ ใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง น้อยกว่า 30 นาที จำนวน 131 คน และน้อยที่สุดคือ ใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง อย่างน้อย 1-3 ชั่วโมง จำนวน 112 คน

วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างประชากร มีวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อส่ง E-mail มากที่สุด จำนวน 190 คน รองลงมาคือ ใช้เพื่อการศึกษ จำนวน 71 คน และอันดับสุดท้ายคือ ใช้เพื่อเป็นข้อมูลท่องเที่ยว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3%

ข้อเสนอแนะ การกำหนดสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตครั้งต่อไป ควรสำรวจในส่วนจากร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ หรือร้านคอมพิวเตอร์เพื่อลดจุดบอดของนักกิจกรรมผู้บริโภค

หากต้องการนำผลการวิจัยไปใช้ในธุรกิจ ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยให้ชัดเจน เช่น สินค้าแฟชั่น ของชำร่วย การกำหนดสัดส่วนด้านอายุใหม่ หรือสินค้ายานยนต์ ควรกำหนดรายได้ใหม่เป็นสับ

หากไม่มีอุปกรณ์วัดและค่าใช้จ่ายควรกำหนดพื้นที่ให้ชัดเจน เช่น ในกรุงเทพมหานคร ควรมีทั้งตัวอย่าง และเปรียบเทียบ ในแต่ละจังหวัดนั้นก็ตัวอย่าง เพื่อให้ผลการกระจายของตัวแทนที่เลือกมาให้มากที่สุด