

กูริอร สว่างชัย 2555: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทะเบียนใช้บริการอินเทอร์เน็ต ปริญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์วรดี จงอัญญากุล, Ph.D. 118 หน้า

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้กับชีวิต
ส่งผลให้คนนิยมใช้งานมากขึ้น แต่เมื่อเปรียบเทียบระหว่างจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตกับจำนวนผู้
ลงทะเบียนเพื่อใช้บริการอินเทอร์เน็ตพบว่าจำนวนผู้ลงทะเบียนเพื่อใช้อินเทอร์เน็ตยังมีจำนวนน้อยกว่าจำนวน
ผู้ใช้งานอยู่มาก

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจ
ลงทะเบียนใช้บริการอินเทอร์เน็ตและความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 385 ชุด สอบถามผู้ที่ได้
ลงทะเบียนใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และทำการวิเคราะห์ผลโดยใช้ค่าสถิติ
ไคสแควร์ (Chi-Square) T-test และ F-test โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจลงทะเบียนใช้
บริการอินเทอร์เน็ต พบว่าด้านวัตถุประสงค์หลักในการตัดสินใจสัมพันธ์กับอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้
เฉลี่ยต่อเดือน ด้านความเร็วที่เลือกสัมพันธ์กับระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านผู้มีส่วนร่วมใน
การตัดสินใจสัมพันธ์กับอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ด้านช่องทางการลงทะเบียนสัมพันธ์กับอาชีพ และใน
การศึกษความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัย
ส่วนบุคคลต่างกันพบว่าเพศ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ในขณะที่อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย บุคคล และกระบวนการ
ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และลักษณะทาง
กายภาพ อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด
และลักษณะทางกายภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่อง
ทางการจัดจำหน่าย บุคคล และกระบวนการ ทั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-22 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่า
ปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดด้านราคาน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่นๆ โดยให้ความสำคัญที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดด้านกระบวนการ ด้วยเหตุนี้จึงเป็น โอกาสที่ผู้ให้บริการสามารถขยายตลาดโดยนำเสนอสินค้าไปยัง
กลุ่มของบุคคลที่มีอายุ 18-22 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี นักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า
20,000 บาทโดยไม่จำกัดราคาสินค้า เนื่องจากลูกค้ากลุ่มดังกล่าวไม่ได้คำนึงถึงราคามากนัก แต่จะเน้นไปที่
กระบวนการการลงทะเบียนใช้บริการที่มีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก สามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก