

## บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกับพฤติกรรมการเยี่ยมชมเว็บไซต์ การศึกษา กรณีศึกษา : เว็บไซต์วิชาการดอทคอม โดยศึกษาลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และ ประสิทธิภาพการใช้อินเทอร์เน็ต ทศนคติของผู้ใช้บริการเว็บไซต์วิชาการดอทคอม ได้แก่ การออกแบบ แรงจูงใจ ความเชื่อมโยงของข้อมูล เนื้อหา ปฏิสัมพันธ์ การใช้งาน และระยะเวลาการใช้บริการเว็บไซต์ และพฤติกรรมต่างๆของผู้ใช้ ได้แก่ ความถี่ ระยะเวลา ช่วงเวลาในการใช้บริการ และการสมัครเป็นสมาชิก โดยผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำมาปรับปรุงเว็บไซต์การศึกษาได้ ในการศึกษาได้นำทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ แนวคิด และทฤษฎีแรงจูงใจ และแนวคิดการออกแบบเว็บไซต์การศึกษา มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์วิชาการดอทคอม (www.vcharkarn.com) และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้ใช้บริการของเว็บไซต์วิชาการดอทคอม จำนวน 400 คน ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) และค่าสถิติ  $Chi - square(\chi^2)$  ในการวิเคราะห์ข้อมูล, วิธีการทดสอบ t (T - test) และ วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทดสอบหาความสัมพันธ์ (Multiple Comparisons) ของตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์วิชาการดอทคอม (www.vcharkarn.com) ส่วนอายุ การศึกษา ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และประสิทธิภาพการใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์วิชาการดอทคอม (www.vcharkarn.com) ในขณะที่ ทศนคติที่มีต่อ**บริการของเว็บไซต์** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์วิชาการดอทคอม www.vcharkarn.com ส่วนทัศนคติด้านการเชื่อมโยงของข้อมูล (links) เนื้อหา (content) และระยะเวลา (time) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์วิชาการดอทคอม www.vcharkarn.com ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาต่างๆ ไปใช้เป็นข้อเสนอแนะกับทางเว็บไซต์วิชาการดอทคอม www.vcharkarn.com

## Abstract

The aim of this study was Factors Affected Behavior on Visiting Educational Website : A Case Study on [www.vcharkarn.com](http://www.vcharkarn.com), user characteristics, attitude, relationship between user characteristics and usage behavior, and relationship between attitude and usage behavior. For this study, user characteristics include gender, age, educational background, residence, internet usage location, and internet usage experiences. Behaviors are explored in term of usage frequency, time interval usage, and apply membership. By investigating attitude toward vcharkarn services, the attitude can be categorized into seven aspects that were design features, motivation, links, content, interaction, usability and time. Online Customer Behavior Theory, Attitude Concept, Theories of Motivation, and Website Education Design Concepts are applied as a framework of study.

Online questionnaire via vcharkarn website was used to collect data. The samples of participants were 400 vcharkarn website users which they can click or volunteer directly to answer the questionnaire. The responses were aggregated in a database prepared by researcher. Multiple Regression Analysis and *Chi – square*( $\chi^2$ ) were used to analyze these data. Additionally, T – test and One Way ANOVA were used to test relationship of all variables.

The results had shown the relationship among age, educational background, residence, internet usage location, internet usage experience and usage behaviors.

In terms of attitude toward website service, usage frequency, time interval usage, and apply membership presented a relationship with usage behaviors, while links, content, time did not show any relationship. The results are used to suggest future improvement of the website.