

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา และ
- 3) เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษารวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จากนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 387 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่ค่าเอฟ และค่าแอลเอสดี ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 - 24 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีและรายได้ต่อเดือน 5,001 – 6,000 บาท
2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่มีจำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 11 - 15 ชั่วโมงต่อสัปดาห์มีค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ต 500 – 1,000 บาทต่อเดือนสถานที่นักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ต คือบ้านตนเองและประเภทการใช้งานอินเทอร์เน็ตคือ ค้นคว้าด้านวิชาการ
3. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน
4. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา

4.1 นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา แตกต่างกัน

4.2 นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและโดยรวม ไม่แตกต่างกัน

4.3 นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกันส่วน ด้านราคา แตกต่างกัน

4.4 นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านราคา แตกต่างกัน

5. การเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตามพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษา

5.1 นักศึกษาที่มีจำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อสัปดาห์ต่างกัน มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน

5.2 นักศึกษาที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและโดยรวมไม่แตกต่างกัน

5.3 นักศึกษาที่มีสถานที่นักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ส่วนผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน

5.4 นักศึกษาที่มีประเภทการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่างกัน มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและโดยรวมไม่แตกต่างกัน

## อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่มีจำนวนชั่วโมงในการใช้อินเตอร์เน็ตเฉลี่ย 11 - 15 ชั่วโมงต่อสัปดาห์มีค่าใช้จ่ายในการใช้อินเตอร์ 500- 1,000 บาทต่อเดือนสถานที่นักศึกษาใช้อินเตอร์เน็ต คือบ้านตนเอง และประเภทการใช้งานอินเตอร์เน็ตคือ ค้นคว้าด้านวิชาการอาจเนื่องจากนักศึกษาต้องใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นคว้างานด้านวิชาการเกี่ยวกับการศึกษาทำให้ใช้อินเตอร์เน็ตเป็นเวลานานในบ้านของตนเองและค่าใช้จ่ายในการใช้อินเตอร์อยู่ที่ 500 - 1,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วอนชนก ไชยสุนทร (2546 : บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรี ในสาขาวิชาด้านคอมพิวเตอร์ พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ ใช้อินเตอร์เน็ตที่บ้าน

2. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเตอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน อาจเนื่องจากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตมีใช้งานอย่างเพียงพอมีความทันสมัยต่อการให้บริการ โดยราคาในการใช้บริการอินเตอร์เน็ตต่อชั่วโมงมีความเหมาะสมสถานที่ตั้ง สะดวก ใกล้ที่พักอาศัย หรือแหล่งชุมชนบรรยากาศภายในร้านเหมาะสมรวมทั้งมีการจัดสถานที่สำหรับลูกค้านั่งรอใช้บริการ/นั่งรอรับบริการเพียงพอซึ่งทางร้านมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านอินเตอร์เน็ต โดยมีบัตรสมาชิกในการใช้บริการอินเตอร์เน็ตเพื่อการลดราคาและสะสมชั่วโมงในการใช้อินเตอร์เน็ตและใช้บริการฟรีในครั้งต่อไปเพื่อแลกของสมนาคุณ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของศักดิ์รินทร์ เสือสิทธิ์ (2547 : บทคัดย่อ) เรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเตอร์เน็ตของนักศึกษาโรงเรียนเทคโนโลยีปทุมธานี (พี-เทค) พบว่าความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเตอร์เน็ตของนักศึกษาโรงเรียนเทคโนโลยีปทุมธานี ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับพึงพอใจมากกว่าความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเตอร์เน็ตของนักศึกษาโรงเรียนเทคโนโลยีปทุมธานีด้านสถานที่อยู่ในระดับพึงพอใจมากกว่าความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเตอร์เน็ตของนักศึกษาโรงเรียนเทคโนโลยีปทุมธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

3. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มี

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา แตกต่างกัน นักศึกษาที่มีระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา แตกต่างกัน อาจเนื่องจากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมีใช้งานอย่างเพียงพอมีความทันสมัยต่อการให้บริการ โดยราคาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตต่อชั่วโมงมีความเหมาะสม ราคาในการบริการอุปกรณ์เสริมอื่นๆ เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกนมีราคาถูก และราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้านเหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของณัฐภูมิ ประนม(2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต : กรณีศึกษา บริษัททีโอที (มหาชน) สำนักงานใหญ่พบว่าผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

4. การเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาพบว่า นักศึกษาที่มีจำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อสัปดาห์ต่างกัน มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันและนักศึกษามีสถานที่นักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอาจเนื่องจากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมีใช้งานอย่างเพียงพอมีความทันสมัยต่อการให้บริการ โดยราคาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตต่อชั่วโมงมีความเหมาะสม ราคาในการบริการอุปกรณ์เสริมอื่นๆ เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกนมีราคาถูก และราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้านเหมาะสมสถานที่ตั้งสะดวก ใกล้ที่พักออาศัย หรือแหล่งชุมชนบรรยากาศภายในร้านเหมาะสมรวมทั้งมีการจัดสถานที่สำหรับลูกค้านั่งรอใช้บริการ/นั่งรอรับบริการเพียงพอซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของทินรัตน์ ลีนาทรนกร (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิต มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายในการใช้อินเทอร์เน็ตภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. พฤติกรรมการใช้งานทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา ในระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมี เครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมีใช้งานอย่างเพียงพอมีความทันสมัยต่อการให้บริการและเมาส์ที่ใช้บริการประจำเครื่องใช้งานได้ดี

1.2 ด้านราคา ควรมีราคาในการให้บริการอินเทอร์เน็ตต่อชั่วโมงมีความเหมาะสมราคาในการบริการอุปกรณ์เสริมอื่นๆ เช่นเครื่องพิมพ์ เครื่องสแกนมีราคาถูก และราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้านเหมาะสม

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีสถานที่ตั้งใกล้ที่พักออาศัย หรือแหล่งชุมชนบรรยากาศภายในร้านเหมาะสมสะดวกในการเดินทางรวมทั้งมีการจัดสถานที่สำหรับลูกค้านั่งรอใช้บริการ/นั่งรอรับบริการเพียงพอ

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านอินเทอร์เน็ตโดยมีการจัดโปรโมชั่นทำบัตรสมาชิกในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการลดราคาและสะสมชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ตและใช้บริการฟรีในครั้งต่อไปเพื่อแลกของสมนาคุณ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา ในระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจการใช้งานทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา ในระดับอุดมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา