

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านระบบ ADSL ของลูกค้าบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวจรรววรรณ สุภารังษี
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ผศ.จิระ บุรีคำ
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: ตุลาคม 2549
จำนวนหน้า	: 90 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านระบบ ADSL ของลูกค้าบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 250 ราย เฉพาะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านระบบ ADSL ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านระบบ ADSL ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท อาศัยอยู่บ้านเดี่ยว/ทาวเฮาส์ ทางด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านระบบ ADSL ของลูกค้า พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) มาเป็นระยะเวลา 1 เดือน - 6 เดือน ที่ความเร็ว 512/256 kbps มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ต่ำกว่า 500 บาท/เดือน เนื่องจากลูกค้าบางรายใช้บริการที่สถานที่ทำงาน หรือสถานที่ศึกษาซึ่งเป็นการให้บริการฟรี และบางรายแชร์ค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ภายในสถานที่พักอาศัย ก่อนที่ลูกค้าจะใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตกับ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นการให้บริการฟรี ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ที่บ้านหรือที่พัก ซึ่งเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์จะใช้บริการ 1- 5 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 12.01 – 16.00 น. ลูกค้าส่วนใหญ่จะ

ตัดสินใจเลือกใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ด้วยตนเอง โดยสมัครใช้บริการที่บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยตรง ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) กับผู้ให้บริการรายอื่นเลย ส่วนที่เคยใช้กับผู้ให้บริการรายอื่นส่วนใหญ่จะใช้บริการกับ TT&T ซึ่งเหตุผลที่ลูกค้าเลิกใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่นเนื่องจากอัตราค่าบริการแพง กิจกรรมที่ลูกค้าส่วนใหญ่ทำในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) คือการติดตามข่าว/ค้นหาข้อมูล และกิจกรรมอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการใช้ในบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) คือการสร้างเว็บไซต์ การชำระเงินค่าบริการต่างๆ ทางการเงิน อีเมล อินเทอร์เน็ต VPN และ WAN

การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านระบบ ADSL ของลูกค้าบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ของลูกค้าบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) มากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านระบบ ADSL ด้วยการจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) พบว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านระบบ ADSL ที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านระบบ ADSL ที่มีอาชีพแตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านระบบ ADSL ที่มีรายได้แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่แตกต่างกัน