

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต ของลูกค้าบริษัท เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต จำกัด (สาขาเชียงใหม่)
ผู้จัดทำ	: นางสาวจุไรรัตน์ สายสุทธิศักดิ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร. ทวีวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: สิงหาคม 2546
จำนวนหน้า	: 57 หน้า

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต KSC ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาจากลูกค้าของบริษัทเคเอสซี คอมเมอร์เชียล จำกัด (สาขาเชียงใหม่) ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน จึงสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นทางสถิติจำนวน 250 ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 - 30 ปี โสด อาชีพนักเรียน-นักศึกษา รายได้ 5,001 - 10,000 บาท ประสบการณ์ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 3 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ใช้ของสถานศึกษาเพื่อค้นหาข้อมูล เวลาที่ใช้ประมาณ 1 - 2 ชั่วโมงต่อวัน และประมาณ 3 วันต่อสัปดาห์ ปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ต คือ ความล่าช้าของการสื่อสาร

พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตพบว่าผู้บริโภค ส่วนใหญ่ใช้บริการประเภทสมาชิก รายเดือน 40 ชั่วโมง เพราะมีความเร็วในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ตัดสินใจด้วยตนเองในการเลือกซื้อแพ็คเกจ โดยซื้อจากร้านค้าตัวแทนจำหน่ายในศูนย์คอมพิวเตอร์เมื่อชั่วโมงหมด โดยทราบข้อมูลข่าวสารบริการของอินเทอร์เน็ต KSC ผ่านโฆษณาในสื่อโทรทัศน์หรือวิทยุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต KSC ของผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ไม่มีค่าธรรมเนียมการเริ่มใช้ครั้งแรก และอัตราค่าบริการปรับตามเวลาที่ใช้ สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การบริการแก้ไขปัญหาผ่านโทรศัพท์/โทรสาร การบริการช่วยแก้ปัญหาผ่านเว็บไซต์หรืออีเมล และการลดราคาอัตราค่าชั่วโมงการใช้งานในช่วง

เทศกาล สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางอินเทอร์เน็ต เคเอสซี ที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ หาซื้อได้จากร้านในศูนย์คอมพิวเตอร์ หาซื้อได้จากร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11 และบริการเพิ่มจำนวนชั่วโมงผ่านเว็บไซต์ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต การสมัครเป็นสมาชิกที่ง่าย รวดเร็ว ไม่มีข้อยุ่งยาก อายุการใช้งานที่ยาวนานกว่า ISP อื่นๆ คุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และแพ็คเกจการให้บริการที่หลากหลายตามลักษณะการใช้งาน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ให้ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบการให้บริการดังนี้ ควรพิจารณาพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ๆ มาเสนอต่อกลุ่มลูกค้า และควรร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์เพื่อเปิดช่องทางให้ผู้บริโภคสามารถเพิ่มวงเงินในบัญชีอินเทอร์เน็ตด้วยการโอนเงินผ่านระบบ ATM ให้มากขึ้น และควรนำเสนอการส่งเสริมการตลาด เช่น โบนัสเพิ่มวงเงิน 5% เมื่อมีการเพิ่มวงเงินผ่านระบบ ATM