

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา“www.dek-d.com”

บทคัดย่อ
ของ
เกรียงศักดิ์ ชูตระกูล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

2547

เกรียงศักดิ์ ชุตระกุล. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา "www.dek-d.com"*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร. พนิต กุลศิริ

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต : กรณีศึกษา www.dek-d.com กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com จำนวน 480 คน โดยทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบของเว็บไซต์ ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน คือ การทดสอบค่าที การทดสอบไค-สแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 15 – 18 ปี มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีที่อยู่อาศัยใน กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ใช้งานอินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน และมีประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ต ระหว่าง 1 – 3 ปี

2. กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บริการ 6 – 7 ครั้งต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาการให้บริการโดยเฉลี่ย 15 นาที – 30 นาที มีช่วงเวลาในการใช้บริการในช่วง 16:01-20:00 น. โดยส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ คอลัมน์ที่เลือกใช้อย่างมากที่สุดคือ คอลัมน์ Board ส่วนคอลัมน์ที่มีการใช้งานน้อยที่สุดคือ คอลัมน์ D-mobile

3. กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับที่ดี เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ทัศนคติด้านเนื้อหา และด้านการปฏิสัมพันธ์ อยู่ในระดับที่ดี แต่มีทัศนคติในด้านการพาณิชย์ อยู่ในระดับปานกลาง

4. การศึกษาทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อเนื้อหาของคอลัมน์ต่าง ๆ พบว่า คอลัมน์ Knowledge มีระดับดี เนื่องจากมีประโยชน์ คอลัมน์ Entertain มีระดับดี เนื่องจากมีความทันสมัย คอลัมน์ HotTutor มีระดับดี เนื่องจากมีประโยชน์ คอลัมน์ Fashion มีระดับดี เนื่องจากง่ายต่อการเข้าใจ คอลัมน์ TutorCenter มีระดับดี เนื่องจากมีประโยชน์

5. การศึกษาทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อการปฏิสัมพันธ์ของคอลัมน์ต่าง ๆ พบว่า คอลัมน์ Board มีระดับดี เนื่องจากทำให้ สนุก เพลิดเพลิน คอลัมน์ Chat มีระดับปานกลาง เนื่องจากมีลักษณะก้ำกึ่งในด้านความน่าสนใจ คอลัมน์ M S N h a i l & I C Q h a i l มีระดับดี เนื่องจากใช้งานได้ง่าย

6. การศึกษาทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อการพาณิชย์ของคอลัมน์ต่าง ๆ พบว่า คอลัมน์ D-mobile มีระดับปานกลาง เนื่องจากมีแบบให้เลือกหลากหลาย

7. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยจำแนกตามตัวแปรมีดังนี้

7.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับด้านความถี่ในการใช้บริการ

7.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับด้านความถี่ในการใช้บริการ, ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ และ การสมัครเป็นสมาชิก

7.3 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการใช้บริการ และ การสมัครเป็นสมาชิก

7.4 ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการใช้บริการ และ การสมัครเป็นสมาชิก

7.5 สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการใช้บริการ และ การสมัครเป็นสมาชิก

7.6 ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่, ระยะเวลาการให้บริการ, ช่วงเวลาการให้บริการ และ ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

8. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของทัศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยจำแนกตามตัวแปรมีดังนี้

8.1 ทัศนคติที่มีต่อเนื้อหา (Content) มีความสัมพันธ์กับการสมัครเป็น แต่ไม่มีความสัมพันธ์ความถี่, ระยะเวลาการใช้งาน และ ช่วงเวลาการใช้งาน

8.2 ทัศนคติที่มีต่อการปฏิสัมพันธ์ (Community) ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่, ระยะเวลาการใช้งาน, ช่วงเวลาการใช้งาน และ ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

8.3 ทัศนคติที่มีต่อการพาณิชย์ (Commerce) ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่, ระยะเวลาการให้บริการ, ช่วงเวลาการให้บริการ และ การสมัครเป็นสมาชิก

Factors affecting the behavior of website using on the Internet : A case study of "www.dek-d.com"

AN ABSTRACT
BY
KRIANGSAK CHOOTRAKOOI

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University
2004

Kriangsak Chootrakool. (2004). *Factors affecting the behavior of website using on the Internet : A case study of "www.dek-d.com"*. Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Adviser: Dr.Panid Koonsiri.

The purpose of this research is to study factors affecting the behavior of website using on the Internet by using www.dek-d.com in the case study. The sample is comprised of 480 Internet users who had used website www.dek-d.com. The data are collected by using the questionnaire on the Internet. Percentage, Mean, Standard Deviation, T-score test, Chi-Square test, One-Way Analysis of variance were statistical methods for data analysis.

Results of the research are as follows.

1. Most respondents are mostly female, aged between 15 – 18 years old, get a high school education, live in Bangkok and vicinity area, use internet at home and the averaging experience in using internet between 1 – 3 years old.

2. Most respondent access the internet 6 – 7 times per week, for 15 – 30 minutes, during 16:01 – 20:00 O'clock, Most users are not members of the website. Board column is the most used and D-mobile column is the least used in the website.

3. Most respondents have positive attitude towards the website in terms of the website's content and interaction community. However they have indifferent attitude towards commerce.

4. The study found respondents' favorable toward the website's content in toward of Knowledge column, Entertain column, HotTutor column, Fashion column and TutorCenter column, due to the column's usefulness, begin up-to-date, usefulness, easily to be understand and easily to be using, respectively.

5. Most respondents has attitude towards community of the website factor has a good attitude towards Board column because of funny, factor has a moderate attitude towards Chat column because of equally balanced of interest, factor has a good attitude towards MSNhall & ICQhall because of easy to use.

6. Most respondents have indifferent attitude towards the website's commercialization in term of D-mobile column due to its equally balanced of many product.

7. The result of correlation between personal of the information internet and the behavior of using website www.dek-d.com at significant level of 0.05. The detail outcomes are as following:

- 7.1 Gender is correlated to the behavior of using website www.dek-d.com in term of the frequency of using.

- 7.2 Age is correlated to the behavior of using website www.dek-d.com in term of the frequency of using, time of using and the apply to be a member of the website.

7.3 Education is correlated to the behavior of using website www.dek-d.com in term of the time of using and the apply to be a member of the website.

7.4 The place of living is correlated to the behavior of using website www.dek-d.com in term of the time of using and the apply to be a member of the website.

7.5 The place of using internet is correlated to the internet users' behavior of using website www.dek-d.com in term of the time of using and the apply to be a member of the website.

7.6 The experience of using internet is not correlated to the internet users' behavior of using website www.dek-d.com in the frequency of using, the time of using, the access duration per time and the apply to be a member of the website.

8. The result of correlation between attitude in each column of the website such as content community and commerce and the behavior of using website www.dek-d.com at significant level of 0.05. The detail outcomes are as following:

8.1 The attitude towards content column is correlated to the behavior of using website www.dek-d.com in term of the apply to be a member of the website at significant level of .05 where as it is not correlated to the behavior of using website www.dek-d.com in term of the frequency of using, the time of using and the access duration per time

8.2 The attitude towards community column is not correlated to the internet users' behavior of using website www.dek-d.com in the frequency of using, the time of using, the access duration per time and the apply to be a member of the website

8.3 The attitude towards commerce column is not correlated to the internet users' behavior of using website www.dek-d.com in the frequency of using, the time of using, the access duration per time and the apply to be a member of the website

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ อีกทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยดา สมบัติวัฒนา และอาจารย์ ปัญญา มีถาวรกุล ที่ได้ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนแก้ไข ปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูง และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะสังคมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้มอบความรู้อันเป็นทุนชีวิตแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ เว็บไซต์ www.dek-d.com ที่ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนข้อมูล ในงานวิจัยฉบับนี้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการทำวิจัยฉบับนี้ได้อย่างสำเร็จ และที่สำคัญคือขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือ และสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีส่วนทำให้การวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย ทุกท่าน ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

กราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และขอขอบคุณพี่ๆ และทุกคนในครอบครัว ที่ให้การสนับสนุน เป็นกำลังใจ และคอยช่วยเหลือเป็นอย่างดี ตลอดจน เพื่อนๆ MBA (การจัดการ) ได้แก่ พี่หม่อง พี่ใจแอน พี่เสริฐ พี่ยุ่น แอ็บ ปุ๊ ปู๋ ตุ่ม เอ๋ ออ และ เพี้ยะ ที่ให้ความช่วยเหลือและแนะนำทั้งในเรื่องการทำงาน การเรียน และการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดี

ท้ายสุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอหมอบูชาคุณบิดา มารดา ครูและอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อบรมสั่งสอน และวางรากฐานแห่งการศึกษา แก่ผู้วิจัย

เกรียงศักดิ์ ชูตระกูล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
สมมุติฐานในการวิจัย.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต.....	12
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ.....	13
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดทางเว็บไซต์.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	29
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	29
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	39
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	114
สรุปผลการวิจัย.....	118
อภิปรายผล.....	133
ข้อเสนอแนะ.....	140
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	141

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม	142
ภาคผนวก	146
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย.....	147
ภาคผนวก ข ข้อมูลทั่วไปของเว็บไซต์ www.dek-d.com	156
ภาคผนวก ค รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	169
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	171

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
2 แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
3 แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
4 แสดงที่อยู่ปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
5 แสดงสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
6 แสดงประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
7 แสดงความถี่ในการใช้บริการ www.dek-d.com ของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
8 แสดงระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้เว็บไซต์ www.dek-d.com ของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
9 แสดงค่าแสดงช่วงเวลาในการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
10 แสดงการสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ www.dek-d.com ของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
11 แสดงการใช้งานคอลัมน์ต่างๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com บ่อยมากที่สุด เป็นอันดับที่1	45
12 แสดงการใช้งานคอลัมน์ต่างๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com บ่อยมากที่สุด เป็นอันดับที่2	46
13 แสดงการใช้งานคอลัมน์ต่างๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com บ่อยมากที่สุด เป็นอันดับที่3	47
14 แสดงระดับทัศนคติโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com	48
15 แสดงทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com	49
16 แสดงทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Knowledge ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com	49
17 แสดงทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Entertain ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com	50
18 แสดงทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ HotTutor ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com	51
19 แสดงทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Fashion ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com	52
20 แสดงทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ TutorCenter ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com	53
21 แสดงทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com	53
22 แสดงทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Board ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com	54
23 แสดงทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Chat ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com	54
24 แสดงทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลัมน์ MSNhall & ICQhall ของผู้ตอบ แบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com	55

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
25 แสดงทัศนคติด้านการพาณิชย์ที่มีต่อบริการในคอลัมน์ D-mobile ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com	55
26 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการ ใช้บริการ จำแนกตามเพศ	56
27 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการ ใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามเพศ.....	57
28 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้ บริการ จำแนกตามเพศ	58
29 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็น สมาชิกจำแนกตามเพศ	60
30 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการ ใช้บริการ จำแนกตามอายุ.....	61
31 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการ ใช้บริการ	61
32 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการ ใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามอายุ.....	62
33 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้ บริการ จำแนกตามอายุ.....	64
34 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็น สมาชิกจำแนกตามอายุ	65
35 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการ ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	66
36 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการ ใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	68
37 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้ บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	70
38 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็น สมาชิกจำแนกตามระดับการศึกษา	72
39 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการ ใช้บริการ จำแนกตามที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน	74
40 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการ ใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน.....	75

บัญชีตาราง(ต่อ)

[illegible]

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
58 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิกจำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์นด้านการปฏิสัมพันธ์.....	105
59 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์นด้านการพาณิชย์.....	106
60 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์นด้านการพาณิชย์	107
61 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์นด้านการพาณิชย์.....	108
62 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิกจำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์นด้านการพาณิชย์.....	110
63 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	111

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ระบบอินเทอร์เน็ต (The Internet) เป็นระบบเครือข่ายที่มีผู้รู้จักมากที่สุดในโลก ซึ่งมีขนาดใหญ่มากที่สุด มีการเชื่อมโยงระบบเครือข่ายขนาดต่าง ๆ เข้าด้วยกันเป็นจำนวนหลายพันเครือข่าย และมีระบบเครือข่ายขนาดเล็กอีกนับไม่ถ้วนที่กระจายอยู่ทั่วโลก เว็บไซต์ (Website) เป็นอีกบริการหนึ่งที่ใช้ระบบเครือข่ายของอินเทอร์เน็ต ซึ่งกำลังเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมสูงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากความสามารถในการโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ทั้งภาพและเสียงรวมถึงภาพเคลื่อนไหว โดยที่ทางผู้พัฒนาเว็บไซต์ (Web Developer) หรือผู้ดูแลเว็บไซต์ (Web Master) สามารถเขียนโปรแกรมเพื่อปรับเปลี่ยนเว็บไซต์ เพื่อให้สามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้ตลอดเวลา

นับเป็นเวลาหลายสิบปีที่อินเทอร์เน็ตได้เข้าสู่สังคมไทย และมีการให้บริการในเชิงพาณิชย์มาประมาณ 8 ปี จะเห็นได้ว่าการแพร่กระจายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยนั้นนับว่าเร็วมาก เมื่อเทียบกับเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่มีมาแต่ในอดีต โดยในปัจจุบัน แม้จะยังไม่ได้มีการประเมินจำนวนผู้ใช้อย่างเป็นทางการ ก็สามารถคาดการณ์ได้ว่า ประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึงกว่า 6 ล้านคน และตัวเลขนี้ก็ยังคงเพิ่มขึ้นอีกเรื่อย ๆ เช่นเดียวกับในหลาย ๆ ประเทศ (NECTEC, 2546 : 5)

เว็บไซต์ (Website) บนอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่นักการตลาดในเมืองไทยทุกคนต้องจับตามอง โดยจะเห็นว่าชีวิตของเราเริ่มเข้ามาเกี่ยวข้องกับสื่อเว็บไซต์เพิ่มมากขึ้นทุกวัน ไม่ว่าจะเป็น การซื้อขายสินค้า การรับรู้ข่าวสาร หรือความบันเทิงต่าง ๆ ล้วนต้องทำผ่านเว็บไซต์ ซึ่งปัจจุบันก็จะมีเว็บไซต์ใหม่ ๆ เกิดขึ้นทุกวัน อันก่อให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นตามมา เมื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้งานโดยวิเคราะห์ข้อมูลสถิติจากภาพรวมของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จากเว็บไซต์ truehits (www.truehits.net) ที่วัดความนิยมของเว็บไซต์ของไทยจากผู้เข้าเยี่ยมชม ในปีพ.ศ.2545 พบว่าเว็บไซต์ของไทยเพื่อความบันเทิงได้รับความนิยมมากที่สุด (33%) แต่การใช้เพื่อประโยชน์ในการติดตามข่าวสาร หาข้อมูลหรือติดต่อกับหน่วยงานราชการ และหาข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษา ยังนับว่าค่อนข้างน้อย คิดเป็น 8.5 %, 2.2 % และ 2.1 % ตามลำดับเท่านั้น (NECTEC, 2546 : 6)

เว็บไซต์ www.dek-d.com หรือ www.dekdee.com เป็นหนึ่งในเว็บไซต์เพื่อความบันเทิงของคนไทยที่ประสบความสำเร็จและมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก ดูได้จากการจัดอันดับของเว็บไซต์ของสำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ (สทสร) หรือจากเว็บ <http://truehits.net/> พบว่า ณ วันที่ 5/09/2003 เว็บไซต์ www.dek-d.com มีจำนวนผู้เข้าชมบริการติดอยู่ในอันดับที่ 16 ของเว็บไซต์ในหมวดเพื่อความบันเทิงทั้งหมด ซึ่งนับว่าสูงมาก นอกจากนี้ ยังพบว่าถ้าดูจากสถิติการเข้าใช้งานเฉลี่ยในรายเดือนตั้งแต่เดือน มกราคม-มิถุนายน ปี 2003 จะพบว่าผู้เข้าชมเฉลี่ยสูงถึงประมาณ 103,190 คนต่อเดือน และมีอัตราการเติบโตของผู้เข้าชมอย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในเว็บไซต์จะประกอบด้วยคอลัมน์ต่าง ๆ มากมายที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิง

TrueHits : เสนอสถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์เมืองไทย - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Search Favorites History

Address http://truehits.net/stat.php?login=notedekdee Go Links


truehits.net
 ศูนย์รวมสถิติเว็บไซต์


Powerful Solution for Organization
 XEON

Home Index Sign Up Directory Ranking Forum Demo Traffic Resources FAQ

อันดับสมาชิกทรูฮิต (Truehits Member Ranking) (ประจำวัน 05/09/2003)

ทรูฮิตตรวจสอบการใช้งานของเว็บไซต์สมาชิกย้อนหลังไป 3 วัน โดย 0 แสดง ปกติ (มีข้อมูลส่งมายังทรูฮิตเซอร์เวอร์) และ X แสดง ผิดปกติ

ลำดับที่ website Unique Visitor Unique Session Page Views 040302

อันดับที่จาก 1 ถึง 25

1.	Sanook.com	105117	1011797	1549625	0 0 0
2.	Kapook.com เว็บแรกที่คุณเลือก	65996	637241	1084379	0 0 0
3.	เว็บประเทศไทย (mweb.co.th)	57108	622267	1055258	0 0 0
4.	M T h A I.com : อัพเดททุกลมหายใจ	44961	399204	586046	0 0 0
5.	HunSa dot com : ชีวิตออนไลน์สไตล์คุณ	29952	223404	357098	0 0 0
6.	Ragnarok Online แกร่งนาร็อคไทย	27528	123999	175175	0 0 0
7.	หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ	26973	217865	310564	0 0 0
8.	เดลินิวส์	23005	102234	144512	0 0 0
9.	หนังสือพิมพ์คมชัดลึก	20691	42940	44730	0 0 0
10.	Pramool.com - ประมูล, ขาย สินค้าของคุณ ฟรีๆ	19621	267643	444804	0 0 0
11.	อีวอลออนไลน์ เกมออนไลน์ 3D MMORPG สมบูรณ์แบบ	19293	316375	518755	0 0 0
12.	หนังสือพิมพ์มติชน	18499	117716	172989	0 0 0
13.	www.365jokebox.com	17659	174813	258916	0 0 0
14.	ไทยแวร์.คอม (Thaiware.com)	16177	105276	150657	0 0 0
15.	เว็บไซต์พิมพ์สยามสิ่งพิมพ์รายวัน	15418	84931	126721	0 0 0
16.	เด็กดีดอทคอม	14270	88392	132628	0 0 0
17.	teenee.com ทนดอทคอม เว็บทนายแฉแฉเว็บ	13897	118645	174172	0 0 0

Start Internet 8:47

ภาพประกอบ 1 ยอดผู้ใช้เว็บไซต์ **www.dek-d.com** ในเดือนกันยายน

ที่มา : <http://truehits.net/stat.php?login=notedekdee> ณ. วันที่ 5/09/2003

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นประเด็นที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจเลือกเว็บไซต์ **www.dek-d.com** มาศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และ ด้านทัศนคติที่มีต่อการบริการในคอลล์ม้นต่าง ๆ ของเว็บไซต์ **www.dek-d.com** ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ **www.dek-d.com** โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากเจ้าของเว็บไซต์ **www.dek-d.com** ในการให้ข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ศึกษาในครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเว็บไซต์ **www.dek-d.com** ให้ดีขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น และ นำไปใช้เป็นแนวทางให้กับนักพัฒนาเว็บไซต์ของคนไทยหรือผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่มีความสนใจทางด้านเว็บไซต์ สามารถนำผลการวิจัย ไปใช้ในการวางแผนจัดทำเว็บไซต์หรือพัฒนาเว็บไซต์ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เว็บไซต์ของคนไทยมีความสามารถทางการแข่งขันที่สูงขึ้นทัดเทียมกับต่างชาติและจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคชาวไทยในท้ายที่สุด

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ และการสมัครเป็นสมาชิก
2. เพื่อศึกษาลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต
3. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยจำแนกทัศนคติในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce)
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตกับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการคือ ผู้ให้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการให้บริการเว็บไซต์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจทั่วไป ที่ต้องการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ด้านทัศนคติที่มีต่อบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา เพื่อการพัฒนาต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com หรือ www.dekdee.com ซึ่งค่าเฉลี่ยของผู้ใช้เว็บไซต์ตั้งแต่เดือนมกราคม-มิถุนายน 2546 เมื่อนำมาเฉลี่ยต่อเดือนจะอยู่ที่ประมาณ 103,190 คนต่อเดือน (สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ. สบทร. : <http://truehits.net/stat.php?login=notedekdee>)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com หรือ www.dekdee.com โดยที่ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตร (สุบัญญัติ ไชยชาญ. 2538, 95) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 0.05

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n = จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนของประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือเท่ากับ 0.05)

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ

$$\begin{aligned} n &= \frac{103,190}{1 + 103,190(0.05)^2} \\ &= 398.45 \end{aligned}$$

ในทางปฏิบัติจะกำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผู้วิจัยได้ทำการสำรองไว้ 20% เพื่อป้องกันกรณีแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดรวมเป็น $400 + 80 = 480$ คน

การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ (Website) ของ www.dek-d.com และให้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้ใช้บริการของเว็บไซต์ www.dek-d.com คลิกหรือเลือกเพื่อเข้าไปตอบแบบสอบถาม

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งได้ดังนี้

1.1 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.3 ระดับการศึกษา

1.1.3.1 ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนต้น

1.1.3.2 มัธยมศึกษาตอนต้น

1.1.3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย

1.1.3.4 ปวช.

1.1.3.5 อนุปริญญา

1.1.3.6 ปริญญาตรี

1.1.3.7 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4 ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

1.1.4.1 กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี

1.1.4.2 จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก 1.1.4.1

1.1.4.3 จังหวัดในภาคตะวันออก

1.1.4.4 จังหวัดในภาคเหนือ

1.1.4.5 จังหวัดในภาคใต้

1.1.4.6 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.1.4.7 อยู่นอกประเทศไทย (โปรดระบุ).....

1.1.5 สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

1.1.5.1 ที่บ้าน

1.1.5.2 ที่ทำงาน

1.1.5.3 สถานศึกษา

1.1.5.4 สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต(Internet Cafe)

1.1.5.5 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

1.1.6 ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

1.1.6.1 น้อยกว่า 1 ปี

1.1.6.2 1 ปี – 3 ปี

1.1.6.3 3 ปี – 5 ปี

1.1.6.4 มากกว่า 5 ปีขึ้นไป

1.2 ทักษะที่มีต่อการบริการในคอลล์มน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์

1.2.1 ด้านเนื้อหา (Content)

1.2.1.1 คอลล์มน์ Knowledge

1.2.1.2 คอลล์มน์ Entertain

1.2.1.3 คอลล์มน์ HotTutor

1.2.1.4 คอลล์มน์ Fashion

1.2.1.5 คอลล์มน์ TutorCenter

1.2.2 ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community)

1.2.2.1 คอลล์มน์ Board

1.2.2.2 คอลล์มน์ Chat

1.2.2.3 คอลล์มน์ MSNhall และ ICQhall

1.2.3 ด้านการพาณิชย์ (Commerce)

1.2.3.1 คอลล์มน์ D-mobile

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

2.1 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

2.1.1 ความถี่ในการใช้บริการ โดยเฉลี่ยเป็นจำนวนครั้งต่อสัปดาห์

2.1.2 ระยะเวลาในการใช้บริการ

2.1.2.1 น้อยกว่า 15 นาที

2.1.2.2 15 นาที – 30 นาที

2.1.2.3 30 นาที – 1 ชั่วโมง

2.1.2.4 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง

2.1.2.5 มากกว่า 2 ชั่วโมง

2.1.3 ช่วงเวลาในการใช้บริการ

2.1.3.1 8:01-12:00 น. (เช้าถึงเที่ยง)

2.1.3.2 12:01-16:00 น. (บ่าย)

2.1.3.3 16:01-20:00 น. (เย็นถึงหัวค่ำ)

2.1.3.4 20:01-24:00 น. (หัวค่ำถึงดึก)

2.1.3.5 00:01-4:00 น. (ดึก)

2.1.3.6 4:01-8:00 น. (เช้าตรู่)

2.1.4 การสมัครเป็นสมาชิก

2.1.4.1 เป็นสมาชิก

2.1.4.2 ไม่เป็นสมาชิก

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปัจจัย หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นที่ ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และทัศนคติที่มีต่อการบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com

2. ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต หมายถึง ลักษณะต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประสบการณ์การใช้บริการอินเทอร์เน็ต

3. ทัศนคติที่มีต่อการบริการ หมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความพอใจ หรือความไม่พอใจต่อการบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com

4. ด้านเนื้อหา (Content) หมายถึง รูปแบบเนื้อหาและข้อมูลที่บรรจุอยู่ในเว็บไซต์ www.dek-d.com ซึ่งวัดจาก ความน่าสนใจ ความทันสมัย ความง่ายต่อการเข้าใจ ความตรงต่อความต้องการ ความมีประโยชน์และความสม่ำเสมอในการปรับปรุงเนื้อหา โดยแบ่งเป็นคอลัมน์ต่าง ๆ ดังนี้

คอลัมน์ Knowledge - เป็นคอลัมน์ที่รวบรวมบทความเพื่อความรู้ต่าง ๆ มีทั้งบทความที่น่าสนใจ บทความแปลก ๆ บทความเพื่อเป็นกำลังใจโดยคุณครูสมศรี ธรรมสารโสภณ ปริศนาלבสมองรวมถึง ตัวพิเศษบทเรียนวิชาต่าง ๆ มีทั้งเทคนิค และสูตรลัด เป็นต้น

คอลัมน์ Entertain - เป็นคอลัมน์ที่รวบรวม นิยาย นิทาน เรื่องสั้น และบทความไดอารี่ ซึ่งผู้ใช้บริการเป็นคน Post ข้อมูลลงไป เพื่อให้ผู้ใช้บริการท่านอื่นได้อ่าน โดยจะมีคะแนนเป็นตัวบ่งบอกว่าบทความเรื่องไหนน่าสนใจ และได้รับความนิยม นอกจากนี้ยังมีลักษณะคล้ายละคร คืออาจจะยังไม่จบในตอนนี้ ต้องเข้ามาอ่านในช่วงเวลาถัดไป

คอลัมน์ HotTutor - เป็นคอลัมน์ที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ สถาบันกวดวิชาต่างๆ ของประเทศไทย มีทั้งบทสัมภาษณ์อาจารย์กวดวิชา, บทความเสนอแนะซึ่งผู้ใช้บริการเป็นคน Post ลงไปเพื่อแสดงความคิดเห็นต่อสถาบันกวดวิชาต่างๆ ที่เคยเรียนมาแล้ว และยังมีที่รวม Link ไปยังสถาบันกวดวิชาอื่น ๆ อีกด้วย

คอลัมน์ Fashion - เป็นคอลัมน์ที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ Fashion ต่าง ๆ ของวัยรุ่น เช่น มือถือ ทรงผม เทคนิคในการดูแลรักษาผิวพรรณ เป็นต้น

คอลัมน์ TutorCenter - เป็นคอลัมน์ที่เป็นสื่อกลางทางการสอนพิเศษ โดยเปิดโอกาสให้ นักศึกษา หรือผู้ที่มีความรู้ ที่มีความสนใจจะรับสอนพิเศษ แบบสอนตามโต๊ะ เป็นกลุ่มเล็กๆ เพื่อหารายได้นั้น สามารถ Post เสนอข้อมูลส่วนตัวให้ผู้ใช้บริการท่านอื่น ๆ ที่สนใจ สามารถจะใช้บริการเลือกผู้รับสอนพิเศษได้ตามคุณสมบัติ หรือสถานที่ที่ต้องการ หลังจากนั้นผู้สอนและผู้สนใจเรียนก็จะติดต่อกันเองโดยดูจากที่อยู่ในเว็บไซต์

5. ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) หมายถึง บริการต่างๆ ที่บรรจุอยู่ในเว็บไซต์ www.dek-d.com ที่เอื้ออำนวยให้ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมสามารถสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน หรือมีการโต้ตอบระหว่างกันได้โดยมีลักษณะเกือบที่จะมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันตลอดเวลา(Real time update) ซึ่งวัดได้จาก ความน่าสนใจ ความสนุกเพลิดเพลิน ความรวดเร็วในการใช้งาน ความง่ายในการใช้งาน ความดึงดูดให้กลับมาใช้งานอีก โดยได้แบ่งเป็นคอลัมน์ต่าง ๆ ดังนี้

คอลัมน์ Board - เป็นคอลัมน์ที่ผู้ใช้บริการสามารถ Post คำถาม หรือกระทู้ลงไป เพื่อแจ้งข่าวสาร หรือหาคนช่วยแก้ปัญหา โดยหลังจากที่ Post ผู้ใช้บริการท่านอื่น ๆ สามารถที่จะมาตอบคำถามหรือให้คำแนะนำเพิ่มเติมได้ โดยในเว็บไซต์ www.dek-d.com จะต่างจากเว็บไซต์อื่น ตรงที่มีคนควบคุมดูแลเกี่ยวกับ

คำถามที่ Post เพื่อที่จะสามารถ จัดความเป็นระเบียบ ของเนื้อหาที่ Post ให้เหมาะสมกับกลุ่มต่าง โดยเรื่องที่ไม่เหมาะสมจะถูกลบออกจากระบบโดยผู้ควบคุมเว็บไซต์ (Webmaster)

คอลล์มน์ Chat - เป็นคอลล์มน์ที่ผู้ใช้บริการสามารถสนทนาโต้ตอบกับผู้ใช้บริการคนอื่นๆ ที่เข้ามาในคอลล์มน์นี้ได้ในขณะที่จะมีการโต้ตอบที่เป็นปัจจุบันตลอดเวลา(Real time update) โดยจะมีลักษณะเป็นห้องตรงกลาง ผู้ใช้บริการสามารถสนทนากับใครก็ได้ที่เข้ามาในห้อง โดยทุกคนที่อยู่ในห้องสามารถมองเห็นข้อความที่สนทนากันได้

คอลล์มน์ MSNhall & ICQhall – เป็นคอลล์มน์ที่ผู้ใช้บริการสามารถ Post ข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ ชื่อ รหัส MSN โรงเรียน หรือ ICQ โดยบ่งบอกระดับชั้นการเรียน เพศ เพื่อที่จะต้องการหาเพื่อนสนทนากันผ่านโปรแกรม Chat ส่วนบุคคล ที่เรียกว่า MSN หรือ ICQ หลังจากที่ Post แล้วผู้ใช้บริการท่านอื่น ๆ จะสามารถเห็นข้อมูลดังกล่าว และเลือกที่จะสนทนากับคนที่ต้องการได้

6. ด้านการพาณิชย์ (Commerce) หมายถึง บริการต่างๆ ที่บรรจุอยู่ในเว็บไซต์ www.dek-d.com ที่รองรับการซื้อขายสินค้าออนไลน์ โดยนำเสนอสินค้าให้มีความตรงกับความต้องการซื้อสินค้า ซึ่งวัดจาก ความหลากหลายของแบบที่ให้เลือก ความน่าสนใจของสินค้า ความสะดวกในการซื้อ ความเหมาะสมด้านราคา ความรวดเร็วในการได้รับสินค้า ซึ่งได้แก่

คอลล์มน์ D-mobile – เป็นการ Download ลูกเล่นของมือถือ ได้แก่ Ringtone ScreenSaver Logo SMS ผ่านทางเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยผู้ใช้บริการสามารถเลือกรูปแบบ ต่างๆ ได้ตามความต้องการ โดยคิดค่าบริการในการ Download ครั้งละประมาณ 15 บาท

7. พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com หมายถึง ความถี่ในการใช้บริการ www.dek-d.com โดยเฉลี่ยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ต่อครั้ง ช่วงเวลาในการใช้บริการ www.dek-d.com และการเป็นสมาชิกของ www.dek-d.com

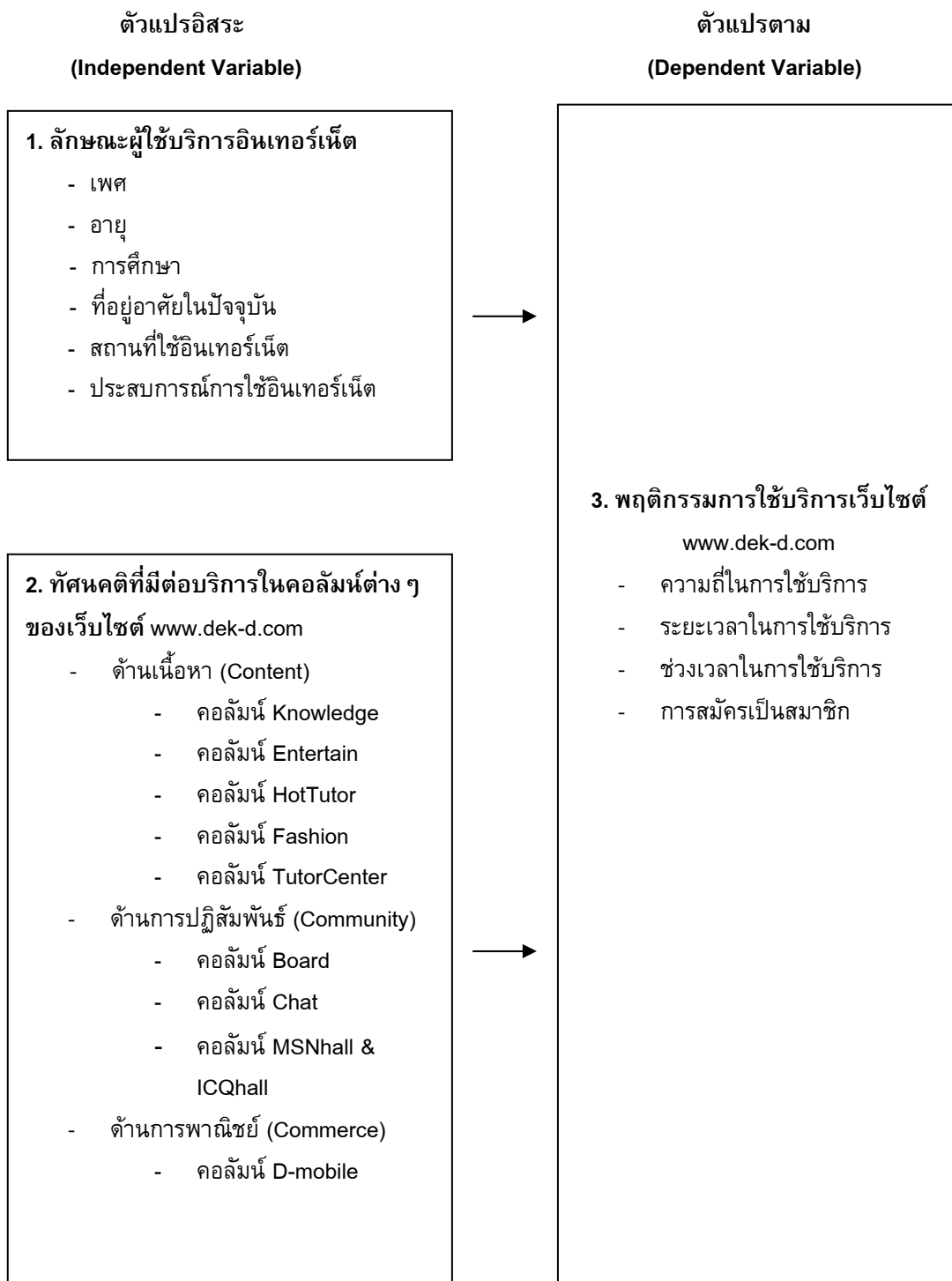
8. อินเทอร์เน็ต (Internet) หมายถึง ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Network) ที่ใหญ่ที่สุดของโลก เป็นกระบวนการสื่อสารข้อมูลทางสาย (Online) ระหว่างคอมพิวเตอร์ต่างระบบ ต่างชนิดรวมกับสายเคเบิลโดยใช้ TCP/IP เป็นตัวช่วยบอกที่อยู่ในการติดต่อ (พรโทคัล โลห์เลขฯ. 2538:3) ซึ่งเว็บไซต์ www.dek-d.com ได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ในการให้บริการแก่ลูกค้าผ่านทางเว็บไซต์

9. เวิลด์ไวด์เว็บ WWW (World Wide Web) หมายถึง การสื่อสารกับผู้ใช้งานบนอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบที่ง่ายต่อการใช้งาน โดยสามารถนำเสนอข้อมูลที่เป็นกราฟิก เสียง และภาพเคลื่อนไหวได้ ในการเข้าไปใช้โดยผู้ใช้จะต้องมีโปรแกรม Web browser เช่น Internet Explorer, Opera เป็นต้น (วนิดา จันทจุฑาธาร. 2543:6)

10. เว็บไซต์ (Website) หมายถึง แหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของเว็บเพจ (Web page) ที่มีการบรรจุเนื้อหา สารระ ความบันเทิงต่าง ๆ รวมกันอยู่เป็นจำนวนมากมายหลายหน้า โดยแต่ละหน้าสามารถเชื่อมโยงถึงกัน (Link) โดยข้อมูลจะมีลักษณะของ ข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว และเสียง โดยที่ผู้ใช้สามารถใช้บริการได้จากทุกแห่งทั่วโลกที่เชื่อมโยงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

11. Unique IP หรือ Unique Visitor หมายถึง จำนวนผู้ใช้งานที่เข้ามาใช้งานเว็บไซต์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยวัดจาก IP Address ที่ไม่ซ้ำกันในการเข้ามาใช้บริการ ซึ่งจะมีการวัดเป็นรายวัน ซึ่งตัวเลขนี้สามารถนำมาแทนจำนวนประชากร ที่เข้าใช้บริการเว็บไซต์นั้นได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประสิทธิภาพการใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

2. ทักษะคดีที่มีต่อบริการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลโดยอาศัยพื้นฐานจากแนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยนำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต
 - 1.1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์
 - 1.2 ลักษณะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต
2. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
 - 2.1 ความหมายของทัศนคติ
 - 2.2 ลักษณะสำคัญของทัศนคติ
 - 2.3 องค์ประกอบของทัศนคติ
 - 2.4 การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ
 - 2.5 การวัดทัศนคติ
 - 2.6 ความสัมพันธ์ของทัศนคติกับพฤติกรรม
3. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 3.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 3.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาดทางเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต
 - 4.1 แนวคิด 3C (Content, Cummunity, Commerce)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

1.1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรจะช่วยให้การกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538 : 41)

1. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน โดยนักการตลาดจะสามารถใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแบ่งส่วนตลาดได้

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่สำคัญเช่นกัน โดยสตรีจะเป็นเป้าหมาย และเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อสูง ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทใดก็ตาม เช่นสินค้าสำหรับผู้ชาย หรือเด็ก ก็มักจะสังเกตได้ว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อมักเป็นสตรีมากกว่าเพศอื่น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital Status) เป็นเป้าหมายที่สำคัญของนักการตลาด โดยจะให้ความสนใจกับจำนวน และลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้านั้นๆ เพื่อใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มนี้

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) ซึ่งนับเป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย มีอำนาจซื้อสูง แต่คนที่มียาได้น้อยปานกลางถึงต่ำ จะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งอาจมีความสามารถในการซื้อก็ได้ อาจทำให้เกิดการสูญเสียลูกค้าในกลุ่มนี้ไปได้ และปัจจัยด้านรูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ ก็อาจเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจที่สำคัญได้นอกจากปัจจัยด้านรายได้เพียงอย่างเดียว และในด้านของการศึกษา อาชีพ และรายได้ จะมีแนวโน้มความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในเชิงเหตุและผล เช่น บุคคลที่มีการศึกษาน้อย โอกาสที่จะหางานระดับสูงยาก จึงทำให้มีรายได้น้อย เป็นต้น

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2529 : 312-316) ได้กล่าวถึงลักษณะของผู้รับสารโดยการวิเคราะห์ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกัน โดยที่ความแตกต่างนี้จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสารได้ ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์นี้ จะประกอบด้วย อายุ (Age) เพศ (Sex) การศึกษา (Education) ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status)

1. อายุ (Age) การจะทำให้ผู้ที่มีอายุแตกต่างกันเปลี่ยนพฤติกรรมนั้น มีความยากง่ายแตกต่างกัน ผู้ที่มีอายุมากก็จะเปลี่ยนแปลงได้ยากกว่าซึ่งการชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคนนั้นจะยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น

2. เพศ (Sex) เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกัน และพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารก็แตกต่างกันด้วย ดังนั้นการสื่อสารจำเป็นต้องทราบว่า จะทำการสื่อสารกับเพศชายหรือหญิง

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับสาร โดยเชื่อว่าการศึกษานั้นทำให้มีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป โดยผู้ที่มีการศึกษาสูง จะมีความสนใจในเรื่องที่มีเหตุผลสนับสนุนทั้งนี้เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า

4. ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายความว่ารวมถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว โดยเชื่อว่าฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคน

1.2 ลักษณะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

จากรายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2545 ของ ศูนย์เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) เกี่ยวกับลักษณะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตพบว่า

เพศ มีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตระหว่างกลุ่มหญิงและชาย โดยกลุ่มหญิงจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตามความแตกต่างไม่มากนัก จึงอาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยไม่มีปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเพศ ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

อายุ พบว่ากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ (ร้อยละ 52.2) อยู่ในระหว่างอายุ 20-29 ปี ซึ่งไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนักเมื่อเทียบกับปีก่อน ๆ

การศึกษา พบว่าสัดส่วนของกลุ่มผู้ใช้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีแนวโน้มลดลง ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้แพร่กระจายไปสู่ระดับการศึกษาอื่น ๆ เพิ่มขึ้น

ที่อยู่อาศัย พบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่ กว่า 50 % ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังอาศัยอยู่ในกรุงเทพ และปริมณฑล

สถานที่ใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่ยังเป็นการใช้งานจากที่บ้าน รองลงมาได้แก่ที่ทำงาน และสถานศึกษา รวมถึงจากร้านบริการอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

จากแนวความคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต เช่น เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ที่อยู่อาศัย สถานที่ใช้บริการ และ ประสบการณ์การใช้บริการ เพื่อดูว่าลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com หรือไม่ อย่างไร

2. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

2.1 ความหมายของทัศนคติ

สุภาณี ดิเรกวัฒน์ (2538 : 12) กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นสภาวะทางจิตของบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ สถานการณ์ อันเกิดจากสภาพแวดล้อมที่ได้รับในด้านความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก ทั้งเป็นประสบการณ์โดยตรงและการได้รับการถ่ายทอดมาเกี่ยวกับบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์นั้น ๆ ทำให้เกิดความรู้ ความเชื่อ ความรู้สึก มีพลังผลักดันให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงออกตามความรู้สึกเชิงบวก หรือเชิงลบ ต่อบุคคลหรือสิ่งของนั้น ๆ ในด้านบวกหรือด้านลบ โดยผู้รู้สึกสามารถบอกได้ว่า เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ชอบ หรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ

สุชา จันทน์เอม (2524 : 80) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุ สิ่งของ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนั้นจะเป็นไปในทำนองที่พึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยก็ได้

ปริญญา ลัทธิตานนท์ (2536 : 189) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาพจิตที่เกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 94) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นการประเมินหรือการตัดสินใจเกี่ยวกับความชอบหรือความไม่ชอบ ในวัตถุ คน หรือ เหตุการณ์ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกของคนคนหนึ่ง

เกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง โดยทัศนคติเป็นความรู้สึกด้านอารมณ์ (พอใจหรือไม่พอใจ) เป็นท่าทีหรือแนวโน้มของบุคคลที่แสดงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีความรู้สึกหรือความเชื่อเป็นพื้นฐาน

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า ทัศนคติหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อวัตถุใด ๆ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึก ชอบหรือไม่ชอบ พึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

2

2

ลักษณะสำคัญของทัศนคติ

ประสาร ทิพย์ธารา (2520 : 99 -100) ได้กล่าวว่า ทัศนคติมีลักษณะที่สำคัญหลายประการ ดังนี้ คือ

1. ทัศนคติเกิดจากการลอกเลียนแบบ กล่าวคือ เด็กจะเลียนแบบพ่อ แม่ และครู แต่มิได้หมายความว่าเด็กจะเลียนแบบการกระทำทุกอย่างที่ได้เห็น เช่น เด็กเห็นแม่แสดงความกลัวฟ้าร้อง เด็กจะเกิดความรู้สึกกลัวฟ้าร้องตามอย่างแม่ เป็นต้น

2. ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ เช่น การทดลองของ Wathon ทดลองให้เด็กเห็นหนูขาวพร้อมกับทำเสียงดัง ๆ ให้น่ากลัว เด็กจะเรียนรู้ว่าหนูขาวเป็นสิ่งน่ากลัว ทำเช่นนั้นหลาย ๆ ครั้งต่อไปพอเด็กเห็นหนูขาวจะร้องไห้หรือรีบเดินหนีไปห่าง ๆ ทันที

3. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ดังกล่าวมาแล้ว ดังนั้นหากสถานการณ์หรือเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงไป ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงไปได้ จากทัศนคติที่ยอมรับเปลี่ยนเป็นไม่ยอมรับ หรือจากทัศนคติที่ไม่ยอมรับ เปลี่ยนเป็นยอมรับได้เช่นกัน

4. ทัศนคติเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้กระทำพฤติกรรม เมื่อบุคคลมีความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใด บุคคลใด สถานการณ์ใดในทางยอมรับหรือไม่ยอมรับก็ตามจะแสดงออกทางพฤติกรรม ดังนั้น เราอาจสำรวจทัศนคติของบุคคลได้โดยการสังเกตพฤติกรรมที่เขาแสดงออกมา

สุรางค์ ไคว์ตระกูล (2533 : 246-247) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของทัศนคติไว้ 6 ประการ คือ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้

2. ทัศนคติเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลกล้าเผชิญกับสิ่งเร้าหรือหลีกเลี่ยง ฉะนั้นทัศนคติจึงมีทั้งบวกและลบ

3. ทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ องค์ประกอบเชิงความรู้สึกอารมณ์ (Affective Component) องค์ประกอบเชิงปัญญาหรือการรู้จัก (Cognitive Component) และองค์ประกอบเชิงพฤติกรรม (Action Tendency Component)

4. ทัศนคติ เปลี่ยนแปลงได้ง่าย การเปลี่ยนแปลงทัศนคติอาจเปลี่ยนแปลงจากบวกเป็นลบ หรือจากลบเป็นบวก ซึ่งบางครั้งเรียกว่า การเปลี่ยนแปลงทิศทางของทัศนคติ หรืออาจจะเปลี่ยนแปลงความเข้มข้น (Intensity) หรือความมากมาย ซึ่งทัศนคติบางอย่างอาจจะหยุดเลิกได้

5. ทัศนคติเปลี่ยนแปลงตามชุมชนหรือสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิก เนื่องจากชุมชน หรือสังคมหนึ่ง ๆ อาจจะมีค่านิยมที่เป็นอุดมการณ์พิเศษเฉพาะ ฉะนั้นค่านิยมเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลที่เป็นสมาชิก ในกรณีที่ต้องการเปลี่ยนทัศนคติจะต้องเปลี่ยนค่านิยม

6. สังคมประกิต (Socialization) มีความสำคัญต่อพัฒนาการทัศนคติของเด็กโดยเฉพาะทัศนคติต่อความคิดและหลักการที่เป็นนามธรรม อุดมคติ เช่น ทัศนคติต่อเสรีภาพในการพูด การเขียน เด็กที่มาจากครอบครัวที่มีสภาพเศรษฐกิจสังคมสูงจะมีทัศนคติทางบวกสูงที่สุด

สิฏฐากร ชูทรัพย์ (ม.ป.ป. : 71-73) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของทัศนคติว่า คุณสมบัติของทัศนคติจะเป็นพื้นฐานที่จะศึกษาถึงกลไกของทัศนคติ หรือหน้าที่ของทัศนคติ ซึ่งคุณสมบัติที่สำคัญได้แก่

1. มีความพร้อมที่จะกระทำ (readiness to act) ทศนคติจะเป็นตัวเริ่มของการแสดงออกของผู้บริโภค เป็นการเตรียมคนเพื่อการตอบสนองของผู้บริโภค การตอบสนองเป็นผลจากทศนคติที่ได้จากการเรียนรู้เป็นเวลานาน

2. ทศนคติของผู้บริโภคมีทิศทาง (consumer attitude have polarity) ผู้บริโภคมีทศนคติต่อสินค้าและบริการได้สองทาง คือ ทศนคติในทางบวกและทศนคติในทางลบ ทศนคติในทางบวกคือความโน้มเอียงในการกระทำของบุคคลที่มีผลให้เกิดการตอบสนองไปในทิศทางที่ดีต่อสินค้าและบริการ ในทางตรงข้าม ทศนคติคือความโน้มเอียงในการกระทำที่หลีกเลี่ยงหรือปฏิเสธการตอบสนองต่อสินค้าและบริการ

3. ทศนคติของผู้บริโภคมีความเข้มข้นที่แตกต่าง (consumer attitude vary in intensity) ทศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับระดับของความรู้สึก ในลักษณะทศนคติมากหรือน้อยไปพร้อม ๆ กับทศนคติในทางบวกหรือทางลบ

4. ทศนคติมีรูปแบบในการแสดงออก (attitude display structure) ทศนคติมีรูปแบบจะแสดงออกในรูปแบบใดแบบหนึ่งเสมอ รูปแบบหมายถึงข้อเท็จจริงที่มีแบบแผนหรือองค์ประกอบของความเชื่อที่มั่นคงและความรู้สึกที่บุคคลมี ดังนั้นรูปแบบทศนคติของผู้บริโภคจึงมีความสำคัญเพราะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค

5. ความสมบูรณ์ของทศนคติมีไม่เหมือนกัน (completeness of attitude varies) ทศนคติมีแนวโน้มที่จะแสดงออกถึงคุณสมบัติที่อาจเรียกว่าความสมบูรณ์ได้ ทศนคติบางครั้งอาจเกิดจากการมีข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ก็ได้ ผู้บริโภคอาจสรุปได้ว่าทศนคติที่มีอยู่นั้นมีผลสรุปแน่นอนแล้วจึงนำไปสู่การกระทำ ดังนั้นการที่ผู้บริโภคจะมีทศนคติที่มีความสมบูรณ์เท่าเทียมกันจึงเป็นไปได้

นอกจากนี้ ดารา ที่ปะปาล (2542 : 124) ได้สรุปลักษณะสำคัญ 5 ประการของทศนคติดังนี้

1. ทศนคติเป็นความรู้สึกนึกคิดที่ก่อสร้างขึ้นจากการเรียนรู้ ไม่ใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นติดตัวมาแต่กำเนิด แต่เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้รับจากประสบการณ์ ซึ่งอาจเป็นประสบการณ์ตรง หรือประสบการณ์ทางอ้อมก็ได้

2. ทศนคติโดยตัวมันเองไม่ใช่พฤติกรรม (not behavior per se) ดังนั้นจึงมีความเหมาะสมมากกว่าที่จะกล่าวว่า ทศนคติเป็นความโน้มเอียง หรือสภาพความพร้อมที่จะตอบสนองต่อวัตถุ เช่น ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะชอบ หรือจะซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งโดยเฉพาะมากกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

3. ทศนคติจะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับวัตถุเสมอ “วัตถุ” อาจเป็น บุคคล กลุ่มบุคคล สถาบัน ผลิตภัณฑ์ หรืออะไรก็ได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ เพราะทศนคติจะไม่อาจเกิดขึ้นได้ด้วยตัวมันเอง (self-generated)

4. ทศนคติมีลักษณะค่อนข้างทนถาวร (enduring) ไม่ใช่อยู่ในสภาพชั่วคราวช่วยยามที่จะเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ๆ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทศนคติเปลี่ยนแปลงไม่ได้ แท้จริงแล้วทศนคติเปลี่ยนแปลงได้แต่กระบวนการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นช้ามาก และมักจะเผชิญกับการต่อต้านค่อนข้างมาก และยิ่งบุคคลมีอายุมากขึ้นทศนคติจะยิ่งมั่นคงมากขึ้น จนยากที่จะเปลี่ยนแปลงได้

5. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับวัตถุจะไม่เป็นกลาง (not neutral) แต่จะแสดงทิศทางและความเข้มข้นของทศนคติ ในทางชอบหรือไม่ชอบอย่างใดอย่างหนึ่ง

คุณลักษณะของทศนคติที่ได้กล่าวมานั้น แสดงให้เห็นว่าทศนคติเป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการเรียนรู้ซึ่งมีมิติ โดยมีสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่สำคัญ ทศนคติจึงเป็นการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ของบุคคล

เชื่อมโยงความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ความรู้ และพฤติกรรมของบุคคล เพื่อกระทำต่อเป้าหมายหรือสิ่งที่ตนพบ
ทั้งนี้อิทธิพลของการตีความอาจถูกหรือผิดก็ได้ เพราะเป็นความเชื่อที่เกิดจากประสบการณ์เฉพาะตน

2

3

องค์ประกอบของทัศนคติ

สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ (2541 : 64-65) กล่าวว่า แม้ทัศนคติของแต่ละบุคคลจะ
แตกต่างกัน แต่องค์ประกอบที่สำคัญของทัศนคติโดยทั่วไปจะเหมือนกัน อันประกอบด้วย

1. องค์ประกอบด้านความคิดความเข้าใจ (Cognitive Component) ความคิด ความเข้าใจนี้
จะเป็นการแสดงออกซึ่งความรู้หรือความเชื่อซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้ในประสบการณ์ต่าง ๆ จาก
สภาพแวดล้อมอันเป็นเรื่องของปัญญาในระดับที่สูงขึ้น กล่าวคือ การที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดนั้น
จำเป็นต้องมีความรู้ในสิ่งนั้นเสียก่อน เพื่อจะได้รู้ว่าสิ่งนั้นเป็นประโยชน์หรือโทษเพียงใด ดังนั้นจะเห็นได้ว่า
ปริมาณการรู้ต่อสิ่งใด จะทำให้เกิดทัศนคติในแต่ละบุคคลแตกต่างกัน

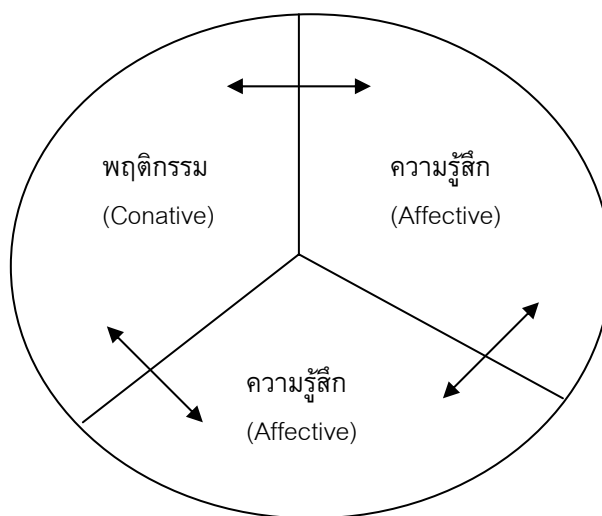
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) องค์ประกอบด้านความรู้สึกนี้จะ
สภาพทางอารมณ์ (Emotion) ประกอบกับการประเมิน (Evaluation) ในสิ่งนั้น ๆ อันเป็นผลจากการเรียนรู้
ในอดีต ดังนั้นจึงเป็นการแสดงออกซึ่งความรู้สึกอันเป็นการยอมรับ เช่น ชอบ ถูกใจ หรือปฏิเสธต่อสิ่งนั้น
ความรู้สึกนี้อาจทำให้บุคคลเกิดความยึดมั่นและอาจแสดงปฏิกิริยาตอบโต้ หากมีสิ่งขัดขวางความรู้สึกดังกล่าว
เมื่อบุคคลมีความรู้สึกต่อสิ่งใดมาแล้ว และความรู้สึกนั้นมากพอที่จะรู้ว่าสิ่งนั้นมีประโยชน์ บุคคลจะเกิด
ความรู้สึกชอบสิ่งนั้น แต่ถ้ารู้สิ่งนั้นไม่ดี บุคคลก็จะเกิดความรู้สึกไม่ชอบ

3. องค์ประกอบด้านแนวโน้มของพฤติกรรม (Behavioral Tendency Component) หมายถึง
แนวโน้มของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมหรือปฏิบัติต่อสิ่งที่ตนชอบหรือเกลียด อันเป็นการตอบสนองหรือการ
กระทำในทางใดทางหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากความคิด ความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเรานั้น ๆ
โดยเมื่อบุคคลเกิดความรู้สึกแล้ว และเกิดความรู้สึกดีหรือไม่ดี ชอบ หรือไม่ชอบเกิดขึ้น บุคคลก็จะพร้อมที่
จะกระทำอย่างหนึ่งอย่างใด หรือแสดงพฤติกรรมออกมา

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าองค์ประกอบของทัศนคติทั้งด้านความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของ
พฤติกรรมนี้จะมีลักษณะสอดคล้องไปในทางเดียวกันก็ตาม แต่ก็อาจมีปรากฏการณ์ที่ไม่สอดคล้องสัมพันธ์
กันของปัจจัยทั้งสามอยู่ นั่นคือ พฤติกรรมอาจเกิดขึ้นในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับความคิด หรือความรู้สึก
ของบุคคลนั้น ๆ ทั้งนี้เพราะอิทธิพลของตัวแปรอื่น อันได้แก่ สภาพแวดล้อม

Schiffman and Kanuk (1994 : 657 อ้างถึงในศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539 : 188) ทัศนคติ
หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อ
สิ่งใดสิ่งหนึ่ง

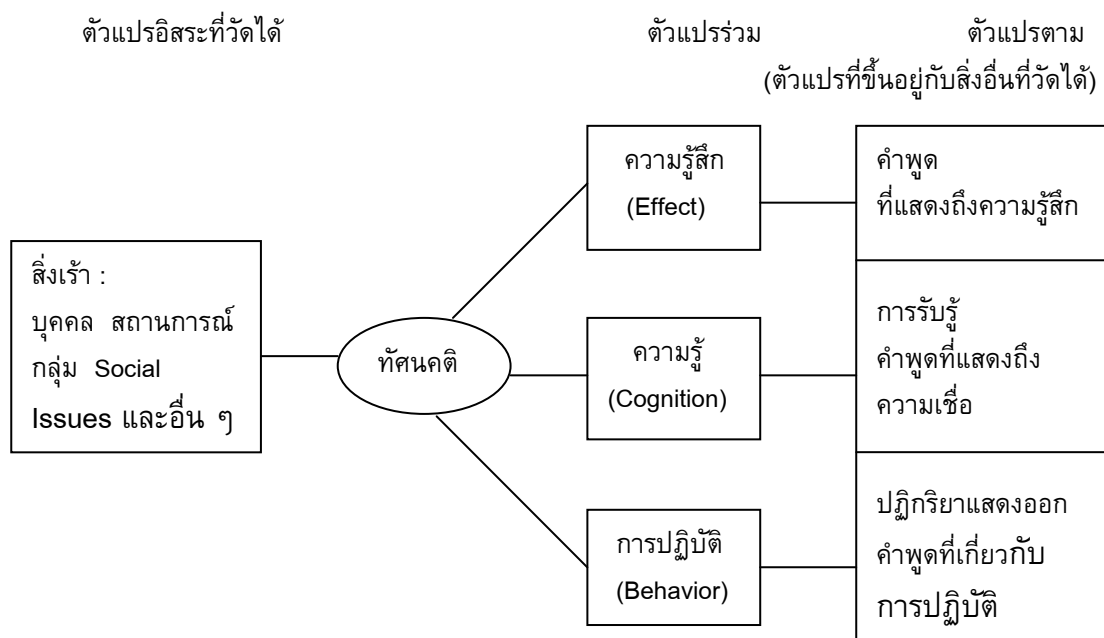
โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ(Tricomponent attitude model) หมายถึงโมเดลของ
ทัศนคติซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนคือ (1) ส่วนของความเข้าใจหรือความรู้ (Cognitive หรือ Knowledge) (2)
ส่วนของความรู้สึก (Affective หรือ feeling learning) (3) ส่วนของพฤติกรรม (Conative หรือ Doing หรือ
Behavior) (Schiffman and Kanuk. 1994 : 667)



ภาพประกอบ 2 โมเดลองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitude model)

ที่มา : Schiffman and Kanuk . (1 9 9 4) : 2 8 5

องค์ประกอบของทัศนคติ



ภาพประกอบ 3 องค์ประกอบของทัศนคติ

ที่มา : Triandis.(1971). *Attitude and Attitude Change* : 4

จากรูปดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่า ทักษคติของบุคคลเกิดจากการได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นสิ่งเร้าที่เป็นบุคคล สถานการณ์ กลุ่มสังคม โดยผ่านองค์ประกอบของทัศนคติ คือความรู้ ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใด แล้วผลอันแสดงออกเป็นพฤติกรรมที่มีต่อสิ่งนั้น (ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2520 : 4 ; อ้างอิงจาก Triandis. 1971)

สามารถอธิบายได้ว่า ทักษคติได้รับการพิจารณาองค์ประกอบของมันว่ามีความชัดเจนขึ้น แต่ละองค์ประกอบสัมพันธ์กับทัศนคติทั้งองค์ประกอบทางด้านความรู้ความเข้าใจ (cognitive) และองค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (affective) สรุปเป็นแนวคิดได้ว่าเป็นตัวกำหนดของทัศนคติสำหรับผลิตภัณฑ์บางอย่าง สำหรับองค์ประกอบเกี่ยวกับความตั้งใจก่อพฤติกรรมนั้นองค์ประกอบนี้ไม่ได้เป็นตัวกำหนดทัศนคติ แต่ความตั้งใจของบุคคลขึ้นอยู่กับทัศนคติ ดังนั้นความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะกระทำอะไรบางอย่างจะเพิ่มมากขึ้น เมื่อทัศนคติของเขาคือต่อสินค้าและบริการนั้นเพิ่มมากขึ้น

2

4

การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ

ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงได้โดยได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ตรง ครอบครัวยุติ และเครื่องมือการตลาดของนักการตลาด (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 110)

สิฏฐากร ชูทรัพย์ (ม.ป.ป. : 75-76) ได้กล่าวว่าปัจจัยที่ทำให้ทัศนคติเกิดความไม่มั่นคง (factor of instability) เกิดจากสาเหตุต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การขัดแย้งกันของทัศนคติ การเกิดทัศนคติของบุคคลสามารถเกิดได้ต่อสินค้าและบริการหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นทัศนคติที่มีอยู่จึงแปรเปลี่ยนไปได้เพราะอาจเกิดความขัดแย้งกัน

2. ผลกระทบของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น การเกิดทัศนคติของบุคคลได้รับประสบการณ์จากสถานการณ์ที่มีอยู่ในเวลาและสถานที่ที่แตกต่างกัน ซึ่งสถานการณ์เหล่านี้อาจก่อให้เกิดทัศนคติที่มั่นคงหรือแปรเปลี่ยนทัศนคติไปในทิศทางอื่นได้

3. ความหลากหลายของทัศนคติสถานการณ์ในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคแต่ละบุคคลมีทัศนคติที่หลากหลายภายใต้เงื่อนไขที่แตกต่างกันออกไป ความหลากหลายของทัศนคติทำให้ต้องมีการประนีประนอม โดยผู้บริโภคจะเลือกเอาทัศนคติเพียงอย่างเดียวหรือกลุ่มของทัศนคติเพื่อนำไปสู่การกระทำ ดังนั้นความหลากหลายของทัศนคติจึงนำไปสู่ความไม่มั่นคงของทัศนคติ

4. ประสบการณ์ในแง่ลบที่ได้รับ การที่ได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดีในอดีตหรือปัจจุบัน เป็นผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ

ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อเว็บไซต์นั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะหากผู้เข้าเยี่ยมชมมีทัศนคติต่อเว็บไซต์ที่ไม่ดีแล้ว ก็อาจพุดถึงเว็บไซต์ในทางที่เสียหายกับคนอื่น ๆ ซึ่งอาจส่งผลให้มีผู้เข้าชมเว็บไซต์น้อยลง แต่ในทางตรงกันข้ามหากสามารถสร้างเว็บไซต์ให้เป็นที่พึงพอใจแก่ผู้เข้าเยี่ยมชมจนเกิดเป็นทัศนคติที่ดีต่อเว็บไซต์ ผู้เข้าเยี่ยมชมก็อาจจะแนะนำเว็บไซต์ในทางที่ดีแบบปากต่อปาก ซึ่งจะส่งผลให้มีผู้เข้าชมเว็บไซต์จำนวนมากเช่นกัน

2.5

การวัดทัศนคติ

การวัดทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เราอาจวัดองค์ประกอบใดองค์หนึ่ง หรืออาจวัดองค์ประกอบทางการรู้ องค์ประกอบทางความรู้สึกและองค์ประกอบทางการกระทำพร้อมกันไปเลยก็ได้ การวัดทัศนคตินั้นเขาจะวัดออกมาในลักษณะของ ทิศทาง (Direction) และ ปริมาณ (Magnitude) ทั้งนี้ เพราะมีเครื่องมือวัด และมีผู้นิยมสร้างเครื่องมือที่จะวัดในลักษณะนี้กันมาก

ทิศทาง (Direction) จะมีอยู่ 2 ทิศทาง คือ ทางบวก หรือ ทางลบ ทางบวกก็หมายถึง การประเมินค่าของการรู้ การรู้สึก และการกระทำไปในทางที่ดี ชอบ พอใจ ส่วนทางลบ จะเป็นการ ประเมินค่าของการรู้ การรู้สึก และการกระทำไปในทางที่ไม่ดี ไม่ชอบ ไม่พอใจ

ปริมาณ (Magnitude) เป็นความเข้มข้นหรือความรุนแรงของทัศนคติไปในทิศทางที่พึงประสงค์ หรือไม่พึงประสงค์นั่นเอง

นอกจากลักษณะ 2 ประการนี้แล้ว ทัศนคติยังมีลักษณะอื่น ๆ เช่น ความเด่นชัด (Salient) ความซับซ้อน (Complexity) ความรู้สึก (Consciousness) ความเป็นศูนย์กลาง (Centrality) เป็นต้น ซึ่งลักษณะเหล่านี้ยังไม่มีผู้นิยมสร้างเครื่องมือวัด

ชวนะ ชาวพานนท์ (วันทนา สุรชีวิน. 2541:46; อ้างอิงจาก ชวนะ ชาวพานนท์. 2527) กล่าวว่า ทัศนคติสามารถแสดงออกได้ 3 แบบ ดังนี้

- ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จาก สภาพจิตใจ ได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งรวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่นๆ

- ทัศนคติเชิงลบ เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลง ระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือ ปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่นๆ

- ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล สถาบัน องค์กร และอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

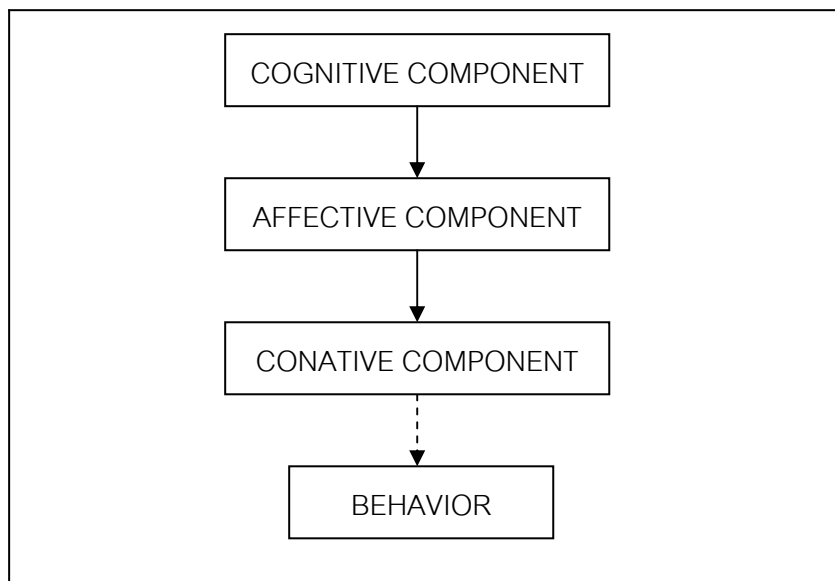
ดังที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการวัดทัศนคติสามารถวัดออกมาในลักษณะของทิศทางและปริมาณ และสามารถแบ่งได้เป็นหลายแบบ ซึ่งวิธีการวัดนั้นมีอยู่หลายวิธี การวัดทัศนคตินี้นิยมใช้เครื่องมือที่เป็น แบบสอบถามมากที่สุด และก็มีผู้คิดแบบสอบถามกันอยู่เรื่อย ๆ แบบสอบถามที่ใช้กันมาก ได้แก่ มาตราวัด แบบลิเคิร์ท และมาตราส่วนแบบ Semantic Differential เป็นต้น

2.6 ความสัมพันธ์ของทัศนคติกับพฤติกรรม

ทัศนคติและพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดย แอสซาเอล (Assael.1995 : 267) ได้สรุปว่า องค์ประกอบของทัศนคติมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน นั่นคือ องค์ประกอบด้านความรู้หรือความคิด (The Cognitive Component) แสดงออกเป็นความเชื่อ มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) โดยการประเมินเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เมื่อมีความรู้หรือความเชื่อต่อเรื่องนั้น ๆ แล้วจึง

ส่งผลต่อ

องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Conative Component) อันเป็นแนวโน้มที่แสดงออกเป็นพฤติกรรม (B e h a v i o r) ในที่สุด ดังภาพ



ภาพประกอบ 4 แบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของทัศนคติและพฤติกรรม
ที่มา : Assael.(1995). *Consumer Behavior And Marketing Action* .p. 267

โดยสรุป ผู้วิจัยเข้าใจว่าทัศนคติเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความคิดเห็น ความรู้สึก ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการใช้บริการ www.dek-d.com ซึ่งอาจจะส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการครั้งต่อไป ดังนั้น จากทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ทราบถึงความหมายของ องค์ประกอบและการเกิดของทัศนคติ การเปลี่ยนแปลง การวัด รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม ทำให้เข้าใจได้ว่าทัศนคติสามารถส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้ จากการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการ จะทำให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต มีทัศนคติในการใช้บริการ www.dek-d.com อย่างไร และจะส่งผลกับพฤติกรรมการใช้บริการ www.dek-d.com หรือไม่ อย่างไร

3. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

3.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ธงชัย สันติวงษ์. (2517 : 29) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้ หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และเป็นสิ่งที่มีส่วนในการกำหนดให้เกิดการกระทำดังกล่าว

พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการทิ้งผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk. 1997 : 2)

ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2530 : 2) ได้ให้คำจำกัดความว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการตัดสินใจของบุคคลในอันที่จะประเมินผลและให้ได้มาซึ่งการใช้สินค้าและบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538 : 54) ได้กล่าวว่า ผู้บริโภค หรือ ผู้บริโภคคนสุดท้าย หมายถึง ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการขั้นสุดท้าย หรืออาจหมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้าไปเพื่อใช้ส่วนตัว และครอบครัว หรือการใช้ขั้นสุดท้ายสำหรับตลาดสินค้าบริโภค

ปริญญ์ ลักษณะานนท์ (2536 : 27) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใด บุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ โดยกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อน

(Precede) หมายถึงลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภค ในขณะที่ขณะหนึ่งที่ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้นมีกระบวนการทางจิตวิทยา และสังคมวิทยา ที่มีส่วนสร้างสมและขัดเกลาทัศนคติรวมทั้งค่านิยม

เสรี วงษ์มณฑา.(2542 : 31) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ลักษณะการซื้อสินค้าของผู้บริโภค เช่นผู้บริโภคซื้อสินค้าที่ไหน ซื้อเมื่อใด ซื้ออย่างน้อยเพียงใด ใครเป็นผู้ซื้อ และใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) หมายถึง ลักษณะการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค เช่น บริโภคที่ไหน บริโภคอย่างไร บริโภคกับใคร บริโภคในอัตราอย่างน้อยเพียงไร เป็นต้น

(เอ็นเจิล , แบลกเวลล์ และ ไมนาร์ด. 1993 : 5) ได้กล่าวเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ว่าเป็นกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้ และการใช้จ่าย เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

(สคิปแมนส์ และ คานูส. 1994 : 7) ได้กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็น พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่าย ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ของบุคคลในการจัดหาให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งส่งผลต่อการกระทำของบุคคลนั้น รวมทั้งการประเมินผลการใช้หรือการบริโภคสินค้าและบริการ โดยการแสดงออกของพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นผลมาจากสิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ รวมทั้งปัจจัยกระตุ้น ซึ่งก่อให้เกิดการตัดสินใจ

3

2

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถาม 7 คำถามที่นิยมใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os (Kotler. 1997 : 171) มีดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) คำตอบที่ต้องการทราบคือ ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (occupants) เช่น ลักษณะประชากรศาสตร์, ภูมิศาสตร์, จิตวิทยา, พฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) คำตอบที่ต้องการทราบคือ สิ่ง que ผู้บริโภคต้องการซื้อ (objects) เช่น ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (competitive differentiation)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) คำตอบที่ต้องการทราบคือ วัตถุประสงค์ในการซื้อ (objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและด้าน

จิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ คือ ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) คำตอบที่ต้องการทราบคือ บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจ ผู้ซื้อ ผู้ใช้

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) คำตอบที่ต้องการทราบคือ โอกาสในการซื้อ (occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) คำตอบที่ต้องการทราบคือ ช่องทางหรือแหล่ง (outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) คำตอบที่ต้องการทราบคือ ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (operations) ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ในการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยในการศึกษาได้มีการแบ่งพฤติกรรมการใช้บริการออกเป็น ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ และการสมัครเป็นสมาชิก

4. แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาดทางเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต

4.1 แนวคิด 3C (Content Community Commerce)

Danial A.Tauber and Brenda Kienan (2001 : 46) กล่าวว่า นักการตลาดทั่วไปเชื่อว่าการใช้ 3C ซึ่งประกอบด้วย เนื้อหา Content Community Commerce เป็นหลักสำคัญในการทำให้เว็บไซต์ประสบความสำเร็จ นั่นคือการกลับมาใช้บ่อย และปริมาณการใช้ที่เพิ่มขึ้น

Content คือ เนื้อหา ข้อความและรูปภาพ ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเห็นได้

Community คือ การติดต่อสื่อสาร หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นที่มีลักษณะเกือบจะทันทีทันใด สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว เช่น Chat, Discussion group เป็นต้น

Commerce คือ มุมมองในแง่ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ การซื้อขาย การทำโปรโมชั่น การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นต้น

พันจันทร์ ธนวัฒนเสถียร. (2545 : 138) กล่าวว่า นักการตลาดบนเว็บ ต่างก็พูดถึงวิธีการที่ทำอย่างไรที่จะทำให้คนเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์แล้ว มีอาการ “ติดหนึบ” นั่นคือ อยากกลับมาเยี่ยมชมอีก มีนักการตลาดท่านหนึ่ง คือ Thomas H. Davenport ได้กล่าวไว้ว่า การติดหนึบเป็น “มาตรวัด” ว่าเว็บไซต์ได้รับความสนใจจากผู้ท่องเว็บมากน้อยเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งวิธีวัดที่ดีที่สุดคือการนับช่วงเวลาทั้งหมด หรือนับความถี่ ที่ผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ใช้เปิดข้อมูลในเว็บของเราในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ เช่นภายในหนึ่งเดือน ซึ่งค่านี้จะขึ้นกับจำนวนครั้งที่ผู้นั้นเข้ามาเยี่ยมชมเว็บเราด้วย

นักการตลาดมักจะกล่าวถึงกฎ 3 C ว่าเป็นปัจจัยที่จะทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์มีผู้ต้องการกลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของเราบ่อย ๆ โดยองค์ประกอบของ 3C จะประกอบด้วย Content Community Commerce

1. Content หรือ เนื้อหา คือ ข้อมูลในเว็บไซต์ หากเราต้องการให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมอยากกลับมาอีกก็ควรเน้นการพัฒนาข้อมูล ภายในเว็บไซต์ ให้มีเนื้อหาตรงต่อความต้องการและน่าสนใจ

เนื้อหาภายในเว็บไซต์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (ปริยสรณ์ อาศรัยราษฎร์. 2543 : 43-4 5)

1. **Fresh** คือเนื้อหาประเภทที่เปลี่ยนแปลงบ่อยและความทันสมัยของเนื้อหาเป็นสิ่งสำคัญ ยกตัวอย่างเช่น หัวข้อข่าว รายงานหลักทรัพย์ เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาประเภทนี้ต้องใช้ทั้งทุนและแรงงานในการดูแลคุณภาพของเนื้อหา

2. **Evergreen** เนื้อหาประเภทที่ไม่ต้องการดูแลมากนัก กล่าวคือเป็นเนื้อหาที่มีการเปลี่ยนแปลงไม่บ่อย ยกตัวอย่างเช่น ข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ ข้อมูลในการคำนวณเงินกู้ เป็นต้น

โดยส่วนใหญ่เนื้อหาที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์จะเป็นข้อมูล Fresh ประมาณ 40% - 60% อย่างไรก็ตามประเภทของเนื้อหาที่เลือกใช้จะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์นั้น ๆ ด้วย และถึงแม้ว่าเนื้อหาที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์จะไม่แตกต่างกันมากนัก เช่น เกือบทุกเว็บไซต์จะเสนอข้อมูลข่าวสาร รายงานตลาดหลักทรัพย์ และรายงานผลการแข่งขันกีฬา เป็นต้น แต่สำหรับแต่ละเว็บไซต์ก็จำเป็นต้องมีเนื้อหาข้อมูลเหล่านั้นเสนอต่อผู้ให้บริการด้วย นอกจากนี้เนื้อหาในหัวข้อเดียวกันที่นำเสนอผ่านทางหลายเว็บไซต์นั้นก็อาจจะมาจากแหล่งข้อมูลเดียวกันก็ได้ ทั้งนี้เพราะวัตถุประสงค์ในการสร้างเนื้อหาของเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จไม่ได้ขึ้นอยู่กับเว็บไซต์นั้น ๆ ต้องเป็นผู้สร้างเนื้อหาขึ้นมาใหม่เอง แต่หมายถึงการนำเสนอข้อมูลที่ผู้ใช้บริการต้องการให้ครบถ้วน

ดังนั้นเมื่อตัดสินใจว่าเนื้อหาประเภทใดที่ควรจะมีนำเสนอผ่านทางเว็บไซต์แล้ว ลำดับต่อไปควรค้นหาว่าเว็บไซต์หรือแหล่งข้อมูลใดที่เสนอข้อมูลตรงตามที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลในลักษณะ

E v e r g r e e n
นอกจากนี้แล้วบางเว็บไซต์ยังนิยมใช้รูปแบบธุรกิจดังนี้

1. **Co Brand area** รูปแบบธุรกิจนี้ช่วยให้เว็บไซต์มีข้อมูลในการนำเสนอเพิ่มมากขึ้น เป็นการเพิ่มเนื้อหาของเว็บไซต์โดยไม่ต้องใช้ทรัพยากรภายในของเว็บไซต์นั้น ๆ โดยการกำหนดพื้นที่ในการเสนอเนื้อหา นั้น ๆ โดยมีเครื่องหมายการค้าของตราอินเทอร์เน็ตที่เป็นเจ้าของเนื้อหาเว็บไซต์ หรือมีข้อความแสดงถึงที่มาของแหล่งข้อมูลนั้น โดยเว็บไซต์ที่เป็นผู้ทำการ co brand จะได้เนื้อหาเพิ่มเติม เพิ่มความน่าสนใจให้กับเว็บไซต์ ส่วนเว็บไซต์เจ้าของเนื้อหาจะเพิ่มพื้นที่ในการสร้าง contact point กับผู้ใช้บริการ

2. **Content share and trades** รูปแบบของการแลกเปลี่ยนเนื้อหาของแต่ละเว็บไซต์นี้ ช่วยให้แต่ละเว็บไซต์มีเนื้อหาเพิ่มเติม นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการเชื่อมเว็บไซต์ระหว่างกันอีกด้วย อย่างไรก็ตามประเด็นสำคัญของรูปแบบธุรกิจนี้คือการปรับรูปแบบและหน้าตาของเนื้อหาเว็บไซต์ให้เข้ากับบุคลิกของเว็บไซต์

3. **Imbedded links** เป็นวิธีที่เจ้าของเว็บไซต์ทำสัญญาเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์อื่น ๆ ที่มีหัวข้อเนื้อหาของเว็บไซต์ที่ผู้ใช้บริการต้องการ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการสามารถเชื่อมสัญญาไปยังเว็บไซต์อื่นที่นำเสนอเนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้ แต่อย่างไรก็ตามวิธีนี้มีจุดอ่อนคือเมื่อผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้เว็บไซต์ดังกล่าวสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีกว่า ผู้ให้บริการอาจเปลี่ยนใจไปยังเว็บไซต์ดังกล่าวได้

ในกรณีที่เว็บไซต์นั้น ๆ ต้องการสร้างเนื้อหาของเว็บไซต์ขึ้นมาใหม่นั้น บราดีและคณะ (ปรียสรณ์ อาศรัยราษฎร์. 2543 : 45 ; อ้างอิงจาก Brady, Forrest & Mizerski. 1997) ให้คำแนะนำว่า เนื้อหาของเว็บไซต์ควรเขียนโดยคำนึงถึงหลักในการเขียนเนื้อหา ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการต้องหาข้อมูลนั้น ๆ พบ
 2. ผู้ใช้บริการต้องอ่านเนื้อหาแล้วเกิดความเข้าใจ
 3. เนื้อหาของเว็บไซต์สามารถกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเกิดพฤติกรรมสนองกลับ
- การประเมินเนื้อหาภายในเว็บไซต์

คแนพพ์ (ปรียสรณ์ อาศรัยราษฎร์. 2543 : 46 ; อ้างอิงจาก Knapp. 2000) ได้ให้แนวคิดในการประเมินเว็บไซต์ทางด้านเนื้อหา (c o n t e n t) ประกอบด้วย

1. เว็บไซต์แสดงจุดประสงค์ชัดเจนหรือไม่
2. เนื้อหาของเว็บไซต์ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่
3. เนื้อหาของเว็บไซต์น่าสนใจ สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้หรือไม่
4. เนื้อหาของเว็บไซต์ทันสมัยหรือไม่
5. เนื้อหาของเว็บไซต์ส่งเสริมให้เว็บไซต์มีความโดดเด่น น่าสนใจหรือไม่
6. การเชื่อมโยงของแต่ละหน้าต่างของเว็บไซต์มีความต่อเนื่องอย่างไร

2. Community หรือ การปฏิสัมพันธ์ คือ บริการต่างในเว็บไซต์ ที่เอื้อให้ผู้เข้าเยี่ยมชมสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันได้ เช่น ห้องแชท เว็บบอร์ด เป็นต้น Community เป็นปัจจัยที่ช่วยให้ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมใช้เวลาอยู่กับเว็บไซต์ของเรานานขึ้น เพราะมีการสื่อสารและโต้ตอบระหว่างกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์ เป็นส่วนหนึ่งของแนวคิด Seven I 's ซึ่งเป็นแนวคิดในการสร้างความจงรักภักดีต่อตราอินเทอร์เน็ต ของ สฟอลเตอร์ (ปรียสรณ์ อาศรัยราษฎร์. 2543 : 31-35 ; อ้างอิงจาก Spalter. 1995) กล่าวไว้ในหนังสือ Interactive Marketing the Future Present ดังนี้

การสร้างปฏิสัมพันธ์ (interactivity) ระหว่างเว็บไซต์กับผู้ให้บริการ หมายถึง การเปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการสามารถ

1. เลือกและกำหนดข้อมูลที่ตนเองสนใจได้
2. การสื่อสารหรือการสนทนา (chat) ณ เวลาปัจจุบัน กับบุคคลอื่นๆ ทั้งที่เป็นกลุ่มสนทนาหรือเป็นบุคคลเดียวก็ตาม

3. การรับและส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)
 4. เสนอหัวข้อบนกระดานสนทนา (Web board) หรือการตอบสนองต่อหัวข้อบนกระดานสนทนา
- นอกจากนี้การสร้างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างเว็บไซต์กับผู้ให้บริการยังสามารถทำได้โดยการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เกมออนไลน์ เรื่องตลกขำขัน เรื่องเล่าจากประสบการณ์ กิจกรรมประกวดต่าง ๆ หรือบริการดาวน์โหลดฟรี เป็นต้น

ด้วยระบบเครือข่ายของอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้บริการจำนวนนับล้านคนสามารถเชื่อมต่อกันได้ ซึ่งผู้บริการแต่ละคนสามารถเลือกรับเฉพาะข้อมูลที่ตนเองสนใจ และเมื่อความสนใจของผู้บริการจำนวนหนึ่งเกิดตรงกันจะมีการสร้างเป็นชุมชนเสมือน (virtual community) เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้หรือแนวความคิดกันผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การเข้ามามีส่วนร่วมของผู้บริการนั้นเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ของเว็บไซต์ในการที่จะสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้ผู้บริการในการเข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับเว็บไซต์นั้นผ่านทางช่องทางทางการ

สื่อสารต่าง ๆ เช่น กระดานสนทนา (web board) กลุ่มสนทนา (chat) หรือแม้แต่การสร้างกลุ่มสมาชิก (Member) เป็นต้น

3. Commerce หรือ ด้านการพาณิชย์ คือ ความสามารถของเว็บไซต์ในการรองรับการซื้อขายสินค้าออนไลน์มีผลทำให้คนจะใช้เวลาเปิดดูเว็บของเรานาน และกลับมาบ่อยขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเราสามารถนำเสนอสิ่งที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ได้

แนวคิดในการสร้าง Community

สำหรับนักการตลาดเว็บ Community อาจจะเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดใน 3C เพราะเว็บไซต์ที่มีระบบ Community ที่ดีจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกใกล้ชิดกับเว็บไซต์ และเปิดรับข้อมูลโปรโมชั่นพิเศษ หรือข่าวประชาสัมพันธ์ที่เราส่งให้มากขึ้น

สำหรับบริการต่าง ๆ ที่มักถูกนำมาใช้ใน Community ได้แก่

1. โพล เป็นการเปิดให้ผู้มาเยี่ยมชมสามารถออกความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ที่เรากำหนดได้
2. การโหวตเสียง เป็นการสำรวจความคิดเห็นรูปแบบหนึ่ง โดยจะให้เราแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นหนึ่งเฉพาะเจาะจง
3. แบบทดสอบและการตั้งคำถาม นอกจากการแสดงความคิดเห็นผู้ใช้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ชอบให้มีการทดสอบความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ยิ่งถ้ามีการให้สะสมแต้มได้ด้วย ก็จะเป็นที่ถูกอกถูกใจมากเท่านั้น
4. เว็บบอร์ด เป็นเหมือนกระดานข่าวสารที่ผู้ใช้สามารถเข้ามาเสนอประเด็น และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ได้
5. สมุดเยี่ยม เราสามารถเชิญให้ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของเราเข้ามากรอกข้อมูลของตนในสมุดเยี่ยมได้ ซึ่งจะช่วยให้เราเข้าใจลักษณะกลุ่มคนที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บเราได้ดีขึ้น และทำให้สามารถส่งอีเมลสื่อสารกับพวกเขาได้

รุ่งทิพ ว่องปฏิการ (2543 : 47) กล่าวว่า การทำให้ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้ใช้บริการโดยมีการจองหรือซื้อสินค้า ต้องให้ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์หลายประการ ดังนี้

1. มีสินค้าให้เลือกมากมายหลากหลาย
2. ให้ความมั่นใจกับผู้ใช้เรื่องความปลอดภัยและมีการประกันว่าจะไม่มีข้อมูลส่วนตัวรั่วไหล (shop safe guarantee and privacy policy)
3. ทำให้การซื้อหรือการจองไม่ยุ่งยากซับซ้อน
4. เน้นความเร็วในการให้บริการ

กล่าวโดยสรุปคือ ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดทางด้าน 3C ดังกล่าว ซึ่งประกอบด้วย ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) มาใช้ร่วมกับทัศนคติเพื่อเป็นตัวแปรต้นในการศึกษาว่าจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการ www.dek-d.com อย่างไร โดยในเว็บไซต์ www.dek-d.com จะแบ่งออกเป็นคอลัมน์ ต่าง ๆ ตามแนวคิดข้างต้น ได้แก่

ด้านเนื้อหา (Content) ได้แก่ คอลัมน์ Knowledge, คอลัมน์ Entertain, คอลัมน์ HotTutor, คอลัมน์ Fashion และ คอลัมน์ TutorCenter ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับด้านเนื้อหา และ ข้อความ

ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ได้แก่ คอลัมน์ Board, คอลัมน์ Chat, คอลัมน์ MSNhall & ICQhall ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่มุ่งเน้นการติดต่อสื่อสาร

ด้านการพาณิชย์ (Commerce) ได้แก่ คอลัมน์ D-mobile ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่มุ่งเน้นการค้าขายและการโฆษณา

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เรวัณ แม่นยำ (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แบบจำลองการวัดความสำเร็จของเว็บไซต์ประเภทที่นำเสนอเนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า สถานภาพทั่วไปของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ทักษะคติ และพฤติกรรมผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต มักใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน ในช่วงเวลาประมาณ 18.00 – 24.00 น. โดยจะใช้บริการเฉลี่ยนานครั้งละ 1 ชั่วโมง ด้วยความถี่สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ซึ่งส่วนมากมักจะมีเว็บไซต์ที่ตนเองชื่นชอบและเข้าใช้บริการอยู่เป็นประจำ โดยเหตุผลที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและเข้าใช้บริการเว็บไซต์นั้นเป็นประจำคือในเว็บไซต์มีข้อมูลที่ต้องการ มีความน่าสนใจ และดาวน์โหลดรวดเร็ว ใช้บริการง่าย สะดวก ส่วนสาเหตุที่ทำให้ไม่พึงพอใจและปัญหาที่พบบ่อยในการเข้าใช้บริการในเว็บไซต์ต่าง ๆ คือ ดาวน์โหลดข้อมูลล่าช้าและข้อมูลไม่น่าสนใจ ไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูล และปัญหาสายหลุดบ่อยส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเลือกเข้าใช้บริการเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้แก่ มีข้อมูลที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดในการจัดทำเว็บไซต์ให้ประสบผลสำเร็จ รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล การปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ถูกต้องทันสมัยอยู่เสมอ ง่ายต่อการค้นหาข้อมูลหรือใช้บริการ และความสวยงามของเว็บไซต์

ปราณี พุ่มบางป่า (2543) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ในด้านสังคม ประกิต ผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ว่าได้ดีได้ดังนี้ เว็บไซต์ว่าได้ดีในงานวิจัยนี้มีรูปแบบพื้นฐานของเว็บท่า (Portal site) เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริการต่าง ๆ โดยมีบริการหลักคือ การเป็นเครื่องมือในการค้นหาข้อมูล (Search engine) โครงสร้างของเว็บไซต์ว่าได้ดีมีองค์ประกอบหลักที่แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เป็นสื่อปฏิสัมพันธ์ (Interactive media) ซึ่งเป็นคุณลักษณะเด่นของการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้เว็บไซต์ว่าดียังเปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมได้สื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ การสื่อสารผ่านทางห้องสนทนา (Chat room) หรือกระดานข่าว (Web board) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะของการเป็นสื่อที่ช่วยส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Sociability) ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์ว่าดียังปรากฏในลักษณะอื่น ๆ ได้แก่ การเชื่อมต่อกัน (Connectedness) ที่นำผู้เข้าชมไปสู่เนื้อหาอื่น ๆ บนเว็บไซต์เดียวกันหรือเว็บไซต์อื่น และผู้เข้าชมเว็บไซต์ยังได้รับความสนุกสนาน (Playfulness) จากการมีส่วนร่วมเล่นเกมชิงรางวัล หรือทำกิจกรรมที่ทางเว็บไซต์จัดขึ้น ซึ่งเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารในอีกลักษณะหนึ่งที่ส่งผลในด้านการดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชม อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยรูปลักษณะของเว็บไซต์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญเบื้องต้นที่จะดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชม การกำหนดองค์ประกอบหน้า (Page composition) ให้เหมาะสมกับรูปแบบของเว็บไซต์ และสะดวกต่อการใช้งานของผู้ใช้ ตลอดจนการจัดวางหน้าและภาพ (Lay-out) ให้สวยงามโดดเด่น ย่อมจะช่วยดึงดูดให้มีผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้มากขึ้น ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อประสิทธิภาพของ

เว็บไซต์อย่างมากคือเนื้อหา จากผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาส่วนใหญ่ของเว็บไซต์ว่าไรดีเป็นเนื้อหาที่มาจากสื่อดั้งเดิม ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์และนิตยสารเป็นหลัก แต่การนำเสนอเนื้อหานั้นจะมีการปรับปรุงให้เหมาะสมกับลักษณะของสื่อเว็บไซต์ เนื้อหาที่ปรากฏแต่ละเรื่องจะสั้น กระชับ และใช้ภาษาง่าย ๆ ไม่เป็นทางการ ซึ่งน่าจะทำให้ผู้รับสารให้ความสนใจกับเนื้อหาได้ง่ายขึ้น ด้วยรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ที่มีหัวใจสำคัญคือความหลากหลายและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของคนหลาย ๆ กลุ่มนี้เอง เว็บไซต์ว่าไรดีจึงจัดเป็นเว็บไซต์ที่มีข้อได้เปรียบในการดึงดูดความสนใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหรือทำให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสาร การพัฒนาเว็บไซต์ที่มีรูปแบบดึงดูดความสนใจ มีโครงสร้างที่เหมาะสม สะดวกต่อการใช้งาน มีเนื้อหาครอบคลุมหลากหลายด้าน และเป็นข้อมูลที่ทันสมัย ย่อมเป็นการสร้างคุณค่าให้เว็บไซต์และทำให้ผู้เข้าชมเกิดความประทับใจและกลับมาชมเว็บไซต์อีก

ธนส์ถ์ เกษมไชยานันท์ (2544) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อใช้เว็บไซต์ในกรุงเทพมหานครเป็นเพศชาย และเพศหญิง ในสัดส่วนที่เท่ากัน มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ในด้านของพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้เว็บไซต์โดยเฉลี่ยประมาณสัปดาห์ละ 5.58 ครั้ง และมีระยะเวลาในการใช้เฉลี่ยประมาณครั้งละ 2.44 ชั่วโมง โดยช่วงเวลาที่มีการใช้บ่อยที่สุด คือ ระหว่างเวลา 20.01 – 24.00 น. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์มาแล้ว 1-2 ปี สถานที่ที่ใช้เว็บไซต์มากที่สุดคือ ที่บ้าน และ ที่ทำงาน วัตถุประสงค์ในการใช้เว็บไซต์ เพื่อสืบค้นข้อมูล เพื่อส่งข้อมูลและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อความบันเทิง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ปริญ วงศ์วานชาติ (2544) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังน้อยอยู่ สาเหตุที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่นิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของเว็บไซต์ในเรื่องข้อมูลส่วนบุคคลและเรื่องการเงิน ไม่มั่นใจในความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ว่ามีอยู่จริงหรือไม่ ไม่มั่นใจในเรื่องความถูกต้องและเวลาของการขนส่งสินค้า การขาดข้อมูลทางด้านภาษีสินค้า การที่ไม่มีความหมายเฉพาะปกป้องผู้ทำการซื้อขายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะการที่ระบบการสื่อสารของเว็บไซต์เองไม่มีเสถียรภาพ ไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร สินค้าที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเคยซื้อหรือจะซื้อผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตพบว่ามีเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องเห็นสินค้าจริง ๆ ก่อนจะซื้อ สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต คือ เพศ สถานที่พักอาศัย สาเหตุของการซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเนื่องจาก ความสะดวก ราคา ฤดูกาล และรายได้ และปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต คือ อายุ การศึกษา อาชีพ

ไพบุลย์ สูงกิจบูลย์ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการให้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท ในทัศนะของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีอายุอยู่ในช่วง 16 – 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตจะมีประสบการณ์การใช้มากกว่า 3 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ การใช้อินเทอร์เน็ตแต่ละครั้งจะใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ ที่บ้าน วัตถุประสงค์หลักของการใช้อินเทอร์เน็ตคือเพื่อการสืบค้นข้อมูล รองลงมา คือ การติดต่อสื่อสาร ในขณะที่การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อชมสินค้า/บริการมีเพียงร้อยละ 2.3 ผู้ให้บริการ

เว็บไซต์ทุกประเภทให้ความสำคัญกับปัจจัยหลัก ๆ คือ ความทันสมัยของข้อมูล ความครบถ้วนของข้อมูล การเข้าถึงได้รวดเร็ว ทันท่วงทีเหตุการณ์ ถูกต้องแม่นยำ ลักษณะการใช้งานจึงต้องง่ายและเข้าถึงได้รวดเร็ว ไม่จำเป็นต้องใช้เวลาเรียนรู้ และจากการทดสอบสมมติฐานจะพบว่า มีปัจจัยหลายอย่างที่มีผลต่อปริมาณการใช้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท คือ เพศ ความถี่ในการใช้ต่อสัปดาห์ ความทันสมัยของข้อมูล

รัตนา จุมคอม (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ : กรณีศึกษา www.sabuy.com ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณมีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตนับตั้งแต่เริ่มใช้จนถึงปัจจุบัน อยู่ที่ 3 ปี 8 เดือน ความถี่ในการใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ www.sabuy.com เฉลี่ย 7.81 ครั้งต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาการใช้บริการเว็บไซต์เฉลี่ย 1 ชั่วโมง 5 นาที กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติ ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี ด้านการปฏิสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของข้อมูลส่วนบุคคลนั้น ผลการศึกษาพบว่า เพศ การเป็นสมาชิก ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้บริการเว็บไซต์ www.sabuy.com ที่แตกต่างกัน แต่สถานที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้บริการเว็บไซต์ www.sabuy.com ที่ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

จากงานวิจัยทั้งหมดข้างต้นจะเห็นได้ว่า เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในภาพรวมกว้าง ๆ ยังไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเชิงลึก โดยเฉพาะไปที่พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ใดเว็บไซต์หนึ่ง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยนำทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้นั้นจะทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการบริการในคอลล์มน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com อันจะทำให้เข้าใจถึงแนวทางการวางแผน พัฒนา ปรับปรุงเว็บไซต์ที่ถูกต้องชัดเจน เพื่อทำให้ประสบผลสำเร็จในที่สุด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com หรือ www.dekdee.com ซึ่งจำนวนเฉลี่ยของผู้ใช้เว็บไซต์ตั้งแต่เดือนมกราคม-มิถุนายน 2546 เมื่อนำมาเฉลี่ยต่อเดือนจะอยู่ที่ประมาณ 103,190 คนต่อเดือน (สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ. สบทร. : <http://truehits.net/stat.php?login=notedekdee>)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com หรือ www.dekdee.com โดยที่ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตร (สุปัญญา ไชยชาญ. 2538, 95) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n = จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนของประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือเท่ากับ 0.05)

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ

$$\begin{aligned} n &= \frac{103,190}{1 + 103,190(0.05)^2} \\ &= 398.45 \end{aligned}$$

ในทางปฏิบัติจะกำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผู้วิจัยได้ทำการสำรองไว้ 20% เพื่อป้องกันกรณีแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดรวมเป็น $400 + 80 = 480$ คน

การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และเลือกสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience sampling) โดยในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการออกแบบสอบถามผ่านอินเทอร์เน็ต โดยได้จัดทำแบบสอบถามออนไลน์โดยลิงค์ไปในเว็บเพจ (Web page) ของเว็บไซต์ www.dek-d.com และให้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้ใช้บริการของเว็บไซต์ www.dek-d.com คลิกเข้าไปตอบแบบสอบถามได้ตรง ๆ ซึ่งข้อมูลในการตอบ จะถูกส่งกลับมายังฐานข้อมูล (Database) ที่ผู้วิจัยได้เตรียมไว้ ในการจัดเก็บแบบสอบถามเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สมบูรณ์จำนวนรวมทั้งหมด 480 คน และผู้วิจัยได้มีการจัดชิงโชคของรางวัลเล็ก ๆ น้อย ๆ โดยการสุ่มให้รางวัลกับผู้ตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วนเป็นจำนวน 15 รางวัล เพื่อเป็นการจูงใจในการเข้ามาตอบแบบสอบถาม

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ หรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ วิทยุ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการศึกษา โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสอบถามออนไลน์ที่จัดทำเป็นเว็บเพจ (Questionnaire web page) และให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามผ่านคอมพิวเตอร์ ขณะที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต โดยผู้วิจัยได้ทำการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต มีลักษณะเป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือกได้ 2 ทาง (Dichotomous question) จำนวน 1 ข้อ คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 4 ข้อ และเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question) จำนวน 1 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

โดยในการวิจัย ผู้วิจัยได้แปลงระดับที่ใช้วัดจาก ข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) ไปเป็นข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยดูจากค่าความถี่ของข้อมูล แล้วนำมาจัดเป็นอันดับใหม่ ดังนี้ อายุต่ำกว่า 14 ปี, อายุระหว่าง 15 – 18 ปี และ อายุมากกว่า 19 ปี

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 ที่อยู่ปัจจุบัน ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 6 ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com จำนวน 5 ข้อ ซึ่งมีลักษณะคำถามที่แตกต่างกัน ได้แก่ คำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) จำนวน 1 ข้อ คำถามที่มีคำตอบให้เลือกได้ 2 ทาง (Dichotomous question) จำนวน 1 ข้อ และแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 2 ข้อ และ คำถามที่ให้ใส่ลำดับที่ในคำตอบ (Rank question) ดังนี้

ข้อที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยเฉลี่ยเป็นครั้งต่อสัปดาห์ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับระยะเวลาในการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ในแต่ละครั้ง ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับช่วงเวลาในการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการสมัครเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ www.dek-d.com ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเลือกเรียงลำดับ โดยเรียงตามคอลัมน์ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด 3 ลำดับของเว็บไซต์ www.dek-d.com ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อบริการในคอลัมน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยแบ่งเป็นคำถามในด้านต่าง ๆ และให้ผู้ตอบเลือกตอบเฉพาะคอลัมน์ที่เคยใช้บริการเท่านั้น แบ่งเป็น 3 ตอนย่อย รวมคำถามทั้งหมด 50 ข้อย่อย ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 3.1 ด้านเนื้อหา (Content) ประกอบด้วยคอลัมน์ Knowledge, Entertain, HotTutor, Fashion และ TutorCenter จำนวนคอลัมน์ละ 6 ข้อ รวมทั้งหมด 30 ข้อย่อย

ตอนที่ 3.2 ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ประกอบด้วยคอลัมน์ Board, Chat, MSNhall และ ICQhall จำนวนคอลัมน์ละ 5 ข้อ รวมทั้งหมด 15 ข้อย่อย

ตอนที่ 3.3 ด้านการพาณิชย์ (Commerce) ประกอบด้วยคอลัมน์ D-mobile จำนวน 5 ข้อย่อย

โดยลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Semantic Differential Scale และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งระดับของทัศนคติออกเป็น 5 ระดับซึ่งมีการเรียงลำดับคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 ไปจนถึงคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 1 โดยคำถามที่ผู้ตอบจะต้องตอบให้ตรงกับทัศนคตินั้น จะมีคำตอบกำหนดเอาไว้ในแต่ละข้างของระดับคะแนนสูงสุดและคะแนนต่ำสุด โดยมีคุณลักษณะของสิ่งที่กำลังถูกวัดอยู่ในลักษณะตรงกันข้ามกัน เรียกว่า Bipolar Adjective.

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ซึ่งสามารถคำนวณจากสูตรดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2542 : 100)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{3} = 1.33 \end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 หมายถึง ระดับทัศนคติในเชิงบวก

ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 หมายถึง ระดับทัศนคติเป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 หมายถึง ระดับทัศนคติในเชิงลบ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของ การวิจัย และสร้างเครื่องมือ ในการวิจัย ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม จากเอกสาร สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบทดสอบ จะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น
3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม เป็นฉบับร่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโทเพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่เข้าใจง่ายและตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยมากที่สุด
4. นำแบบสอบถามฉบับที่สร้างเสร็จทั้งฉบับ ไปเสนอต่อกรรมการควบคุมสารนิพนธ์พิจารณา ตรวจสอบ เสนอแนะ และปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของ การวิจัย พร้อมทั้งนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำ แล้วมาดำเนินการทดสอบ กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach, 1972 : 126) โดยได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

ค่าความเชื่อมั่นของทัศนคติในคอลัมน์ต่าง ๆ บนเว็บไซต์ www.dek-d.com	ค่าความเชื่อมั่น
คอลัมน์ Knowledge (ตอนที่ 3 คอลัมน์ Knowledge ข้อที่ 1-6 รวม 6 ข้อย่อย)	0.8170
คอลัมน์ Entertain (ตอนที่ 3 คอลัมน์ Entertain ข้อที่ 1-6 รวม 6 ข้อย่อย)	0.8554
คอลัมน์ HotTutor (ตอนที่ 3 คอลัมน์ HotTutor ข้อที่ 1-6 รวม 6 ข้อย่อย)	0.8285
คอลัมน์ Fashion (ตอนที่ 3 คอลัมน์ Fashion ข้อที่ 1-6 รวม 6 ข้อย่อย)	0.9176
คอลัมน์ TutorCenter (ตอนที่ 3 คอลัมน์ TutorCenter ข้อที่ 1-6 รวม 6 ข้อย่อย)	0.9063
คอลัมน์ Board (ตอนที่ 3 คอลัมน์ Board ข้อที่ 1-5 รวม 5 ข้อย่อย)	0.8788
คอลัมน์ Chat (ตอนที่ 3 คอลัมน์ Chat ข้อที่ 1-5 รวม 5 ข้อย่อย)	0.9506
คอลัมน์ MSNhall และ ICQhall (ตอนที่ 3 คอลัมน์ MSNhall และ ICQhall ข้อที่ 1-5 รวม 5 ข้อย่อย)	0.9351
คอลัมน์ D-Mobile (ตอนที่ 3 คอลัมน์ D-Mobile ข้อที่ 1-5 รวม 5 ข้อย่อย)	0.8971

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา www.dek-d.com โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้า จากหนังสือ วารสาร เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เช่น ด้านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตกับการตลาด และพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์
2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 480 คน โดยจัดทำแบบสอบถามในรูปแบบของเว็บเพจ (Web pages) รวมถึงแจ้งให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบถึงวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และนำลิงค์ไปลงบนเว็บไซต์ www.dek-d.com ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามโดยผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้อง และสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. นำเอาข้อมูลแบบสอบถามจากฐานข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากอินเทอร์เน็ต มาทำการประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS for Window Version 10.0 (Statistical Package for Social Sciences)
3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่

3.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในข้อที่ 1 - 6 และตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ข้อที่ 2 - 6 โดยใช้สูตรดังนี้ (อภิรักษ์ จันทานี. 2538 : 75)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ หรือ เปอร์เซนต์
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด หรือจำนวนประชากร

3.1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ข้อที่ 1 และตอนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) รวมทั้งหมด 50 ข้อ โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545 : 39)

$$\bar{X} = \frac{\sum X_j}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	X_j	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) เพื่อใช้แปลความหมาย ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ข้อที่ 1 และตอนที่ 3 ทักษะคดีที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) รวมทั้งหมด 50 ข้อ โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541 : 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum n x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x$	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง
	$n - 1$	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.2 สถิติที่ใช้ตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (- Coefficient) ของ ครอนบัค (Cronbach, 1951 : 297-334)

$$\frac{N}{(N-1)} \left(1 - \frac{\sum (Y_i)^2}{\sum x^2} \right)$$

เมื่อ		แทน	ค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม
	N	แทน	จำนวนข้อคำถามในชุดคำถาม
	$\sum (Y_i)^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคำถาม
	$\sum x^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวม

3.3 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติดังนี้

3.3.1 การทดสอบค่า t-test เป็นการหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้ในการทดสอบข้อมูลประเภทนามบัญญัติในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้สูตร t-test Independent (กัลยา วานิชย์บัญชา.2545 : 135)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2 - d_0}{\sqrt{S_p^2 \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

$$\text{โดยที่ } S_p^2 = \frac{(n_1 - 1) S_1^2 + (n_2 - 1) S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

t มีองศาอิสระ $n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติทดสอบ
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	d_0	แทน	ค่าคงที่ที่อาจมีค่าเป็นศูนย์ หรือมีค่าเป็นบวกหรือลบก็ได้
	S_1	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.3.2 การทดสอบค่า Chi – Square (χ^2 - test) ใช้ในการทดสอบข้อมูลประเภทนามบัญญัติ ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 2 โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงษ์รัตน์. 2541 : 212) และทำการทดสอบเพิ่มเติมเมื่อ Chi-square มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V และ Somer's d

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

เมื่อ	χ^2	แทน	ค่าไค-สแควร์
	O	แทน	ค่าความถี่ที่ได้จากการสังเกต
	E	แทน	ค่าความถี่ที่คาดหวังไว้
	k	แทน	จำนวนประเภทหรือจำนวนกลุ่ม
	df		= k-1

สถิติ Cramer s V ใช้ทำการวัดขนาดความสัมพันธ์ เมื่อมีตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งหรือทั้งสองตัวเป็น Nominal โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 182)

$$\text{Cramer's } V = \sqrt{\frac{\chi^2}{n(t-1)}}$$

เมื่อ Cramer's V = สัมประสิทธิ์ Cramer' V
 χ^2 = ค่า Chi-square
 n = ขนาดของตัวอย่าง
 t = จำนวนแถวหรือจำนวนสดมภ์ที่มีค่าน้อย

สถิติ Somer's d ใช้ทำการวัดขนาดและทิศทางของความสัมพันธ์ เมื่อมีตัวแปรทั้งสองตัวเป็น Ordinal โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 182)

$$\text{Somer's } d = \frac{NS}{NS + ND + T_y}$$

เมื่อ Somer's d = สัมประสิทธิ์ Somer's d
 NS = จำนวนคู่ที่มีอันดับเหมือนกันทั้ง 2 ตัวแปร
 ND = จำนวนคู่ที่มีอันดับต่างกันทั้ง 2 ตัวแปร
 T_y = จำนวนคู่ที่มีลำดับการเรียงซ้ำของตัวแปรตาม

ทั้งนี้โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2543 : 348) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.71 - 1.00	หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระดับ สูง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.31 - 0.70	หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระดับ ปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.00 - 0.30	หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระดับ ต่ำ

3.3.3 การทดสอบค่า F-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 2 โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544 : 175)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าการแจกแจงที่ใช้ในการพิจารณาใน F-Distribution
 MS_b แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
Df	แทน	ค่าของชั้นแห่งความเป็นอิสระระหว่างกลุ่ม ($k - 1$) ค่าของชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม ($n - k$)
k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
n	แทน	จำนวนคะแนนทั้งหมด

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 333)

$$LSD = \frac{t_{\alpha/2; n-k}}{2} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

โดยที่ n_i n_j

$$r = n - k$$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่าง
กลุ่มที่ i และ j

MSE แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์
ความแปรปรวน

k แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

แทน ค่าความเชื่อมั่น

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานของการวิจัยในครั้งนี้ ได้นำสถิติมาใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้คือ

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประสิทธิภาพการใช้ อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ เว็บไซต์ www.dek-d.com จำแนกตามตัวแปรดังนี้

1.1 เพศ สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

- | | |
|------------------|---|
| ค่า t-test | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 1 |
| ค่า Chi – Square | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 2,3,4 |

1.2 อายุ สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

- | | |
|---------------------------|---|
| ค่า F – test โดยใช้ ANOVA | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 1 |
| ค่า Chi – Square | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 2,3,4 |

1.3 ระดับการศึกษา สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

- | | |
|---------------------------|---|
| ค่า F – test โดยใช้ ANOVA | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 1 |
| ค่า Chi – Square | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 2,3,4 |

1.4 ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

- | | |
|---------------------------|---|
| ค่า F – test โดยใช้ ANOVA | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 1 |
| ค่า Chi – Square | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 2,3,4 |

1.5 สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

- | | |
|---------------------------|---|
| ค่า F – test โดยใช้ ANOVA | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 1 |
| ค่า Chi – Square | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 2,3,4 |

1.6 ประสิทธิภาพการใช้ อินเทอร์เน็ต สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

- | | |
|---------------------------|---|
| ค่า F – test โดยใช้ ANOVA | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 1 |
| ค่า Chi – Square | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 2,3,4 |

สมมติฐานที่ 2 ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ เว็บไซต์ www.dek-d.com

2.1 ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา (Content) สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

- | | |
|---------------------------|---|
| ค่า F – test โดยใช้ ANOVA | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 1 |
| ค่า Chi – Square | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 2,3,4 |

2.2 ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

- | | |
|---------------------------|---|
| ค่า F – test โดยใช้ ANOVA | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 1 |
| ค่า Chi – Square | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 2,3,4 |

2.3 ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ (Commerce) สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

- | | |
|---------------------------|---|
| ค่า F – test โดยใช้ ANOVA | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 1 |
| ค่า Chi – Square | ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 2,3,4 |

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ของงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต : กรณีศึกษา www.dek-d.com ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอน โดยผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษาดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t – distribution
C.V.	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความแปรผัน
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา F – distribution
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
Prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
χ^2	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Chi-square
Cramers'V	แทน	ระดับความสัมพันธ์ในการวัดตัวแปรมาตรฐานบัญญัติ
Somers'd	แทน	ระดับความสัมพันธ์ในการวัดตัวแปรมาตราเรียงอันดับ
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอเป็น 4 ตอน ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ตอนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อการบริการในคอลล์มน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติที่มีต่อการคอลัมน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com จำนวน 480 คน สามารถจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานที่อยู่ปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต โดยนำเสนอในรูปของจำนวน ร้อยละ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	170	35.40
หญิง	310	64.60
รวม	480	100

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 480 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมา เป็นเพศชาย โดยมีจำนวน 310 และ 170 คน ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 64.60 และ ร้อยละ 35.40 ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 14 ปี	106	22.10
15 ปี – 18 ปี	238	49.60
สูงกว่า 19 ปี	136	28.30
รวม	480	100

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 480 คน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีอายุ 15 ปี – 18 ปี รองลงมาคือ กลุ่มผู้มีอายุสูงกว่า 19 ปี และ ต่ำกว่า 14 ปี ตามลำดับ โดยมีจำนวน 238, 136 และ 106 คน ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 49.60, 28.30 และ 22.10 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนต้น	13	2.70
มัธยมศึกษาตอนต้น	121	25.20
มัธยมศึกษาตอนปลาย	170	35.40
ปวช.	9	1.90
อนุปริญญา	12	2.50
ปริญญาตรี	148	30.80
สูงกว่า ปริญญาตรี	7	1.50
รวม	480	100

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 480 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี, มัธยมศึกษาตอนต้น, ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น, อนุปริญญา, ปวช. และ สูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ โดยมีจำนวน 170,148,121,13,12,9 และ 7 คนตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 35.40,30.80,25.20,2.70,2.50,1.90 และ 1.50 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงที่อยู่ปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานที่อยู่ปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี	374	77.90
จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร	35	7.30
นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี		
จังหวัดในภาคตะวันออก	7	1.50
จังหวัดในภาคเหนือ	16	3.30
จังหวัดในภาคใต้	16	3.30
จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	15	3.10
อยู่นอกประเทศไทย เช่น สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ นิวซีแลนด์	17	3.50
มาเลเซีย ออสเตรเลีย		
รวม	480	100

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 480 คน ส่วนใหญ่มีที่อยู่ปัจจุบันใน กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี รองลงมาคือ จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี, อยู่นอกประเทศไทย เช่น สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ นิวซีแลนด์ มาเลเซีย ออสเตรเลีย, จังหวัดในภาคเหนือ, จังหวัดในภาคใต้, จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ,จังหวัดในภาคตะวันออก ตามลำดับ โดยมีจำนวน 374,35,17,16,16,15 และ 7 คนตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 77.90,7.30,3.50,3.30,3.30,3.10 และ 1.50 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่บ้าน	386	80.40
ที่ทำงาน	5	1.10
สถานศึกษา	75	15.60
สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Café)	14	2.90
รวม	480	100

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 480 คน ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน รองลงมาคือ ใช้อินเทอร์เน็ตจากสถานศึกษา, ใช้อินเทอร์เน็ตจากสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Café), ใช้อินเทอร์เน็ตจากที่ทำงาน ตามลำดับ โดยมีจำนวน 386,75,14 และ 5 คน ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 80.40,15.60,2.90 และ 1.10 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	17	3.50
1 ปี – 3 ปี	183	38.10
3 ปี – 5 ปี	175	36.50
มากกว่า 5 ปี	105	21.90
รวม	480	100

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 480 คน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี – 3 ปี รองลงมาคือ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 3 ปี – 5 ปี, ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 5 ปี และ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 1 ปี ตามลำดับ โดยมีจำนวน 183,175,105 และ 17 คนตามลำดับ หรือ คิดเป็นร้อยละ 38.10,36.50,21.90 และ 3.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com จำนวน 480 คน โดยสามารถจำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการ นำเสนอในรูปของค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดของข้อมูล ค่าสูงสุดของข้อมูล ส่วนระยะเวลาในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ และการสมัครเป็นสมาชิก นำเสนอในรูปของจำนวน และร้อยละ ดังนี้

ตาราง 7 แสดงความถี่ในการใช้บริการ www.dek-d.com จำนวนครั้งต่อสัปดาห์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความถี่ในการใช้บริการ www.dek-d.com	ค่าต่ำสุด ของข้อมูล	ค่าสูงสุด ของข้อมูล	Mode	$\bar{X}$	S.D.
ความถี่ในการใช้บริการ www.dek-d.com	1	60	5	6.44	6.09

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 480 คน มีความถี่ในการใช้บริการ www.dek-d.com เฉลี่ย 6.44 ครั้งต่อสัปดาห์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการ www.dek-d.com ต่ำสุด 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีความถี่ในการใช้บริการ www.dek-d.com สูงสุด 60 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 8 แสดงระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้เว็บไซต์ www.dek-d.com ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้เว็บไซต์ www.dek-d.com	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 นาที	23	4.80
15 นาที – 30 นาที	130	27.10
30 นาที – 1 ชั่วโมง	130	27.10
1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง	124	25.80
มากกว่า 2 ชั่วโมง	73	15.20
รวม	480	100

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 480 คน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ย 15 นาที – 30 นาที รองลงมาคือ มีระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ย 30 นาที – 1 ชั่วโมง, มีระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ย 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง, มีระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ย มากกว่า 2 ชั่วโมง, มีระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ย น้อยกว่า 15 นาที ตามลำดับ โดยมีจำนวน 130,130,124,73 และ 23 คนตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 27.10,27.10,25.80,15.20 และ 4.80 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงช่วงเวลาในการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่วงเวลาในการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8:01-12:00 น. (เช้าถึงเที่ยง)	23	4.80
12:01-16:00 น. (บ่าย)	60	12.50
16:01-20:00 น. (เย็นถึงหัวค่ำ)	194	40.40
20:01-24:00 น. (หัวค่ำถึงดึก)	185	38.50
00:01-4:00 น. (ดึก)	14	2.90
4:01-8:00 น. (เช้าตรู่)	4	0.80
รวม	480	100

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 480 คน ส่วนใหญ่มีช่วงเวลาในการใช้บริการ ช่วง 16:01-20:00 น. (เย็นถึงหัวค่ำ) มากที่สุด รองลงมาคือ ช่วง 20:01-24:00 น. (หัวค่ำถึงดึก), ช่วง 12:01-16:00 น. (บ่าย), ช่วง 8:01-12:00 น. (เช้าถึงเที่ยง), ช่วง 00:01-4:00 น. (ดึก) และ ช่วง 4:01-8:00 น. (เช้าตรู่) ตามลำดับ โดยมีจำนวน 194, 185, 60, 23, 14 และ 4 คน ตามลำดับ หรือ คิดเป็นร้อยละ 40.40, 38.50, 12.50, 4.80, 2.90 และ 0.80 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงการสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ www.dek-d.com ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ www.dek-d.com	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นสมาชิก	172	35.80
ไม่ได้เป็นสมาชิก	308	64.20
รวม	480	100

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 480 คน ส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ www.dek-d.com รองลงมาคือ ได้เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยมีจำนวน 308 และ 172 คน ตามลำดับ หรือ คิดเป็นร้อยละ 64.20 และ 35.80 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงการใช้งานคอลัมน์ต่างๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com บ่อยมากที่สุด เป็นอันดับที่ 1 ของผ
ตอบแบบสอบถาม

ใช้งานบ่อยมากที่สุดเป็นอันดับ 1	จำนวน	ร้อยละ
คอลัมน์ Board	229	47.81
คอลัมน์ MSNhall&ICQhall	157	32.78
คอลัมน์ Entertain	46	9.60
คอลัมน์ Chat	22	4.59
คอลัมน์ Knowledge	13	2.71
คอลัมน์ HotTutor	6	1.25
คอลัมน์ Fashion	3	0.63
คอลัมน์ TutorCenter	3	0.63
คอลัมน์ D-mobile	0	0.00
รวม	479	100

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 479 คน ที่มีการเลือกใช้งานคอลัมน์ต่าง
ๆ บ่อยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่คอลัมน์ Board มากที่สุด รองลงมาคือ คอลัมน์ MSNhall&ICQhall,
คอลัมน์ Entertain ส่วนคอลัมน์ที่มีคนใช้น้อยที่สุดได้แก่ คอลัมน์ D-mobile โดยมีจำนวน 229,157,46 และ 0
คน ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 47.81,32.78,9.60 และ 0 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงการใช้งานคอลัมน์ต่างๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com บ่อยมากที่สุด เป็นอันดับที่ 2 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ใช้งานบ่อยมากที่สุดเป็นอันดับ 2	จำนวน	ร้อยละ
คอลัมน์ Entertain	110	23.40
คอลัมน์ MSNhall, ICQhall	97	20.64
คอลัมน์ Board	92	19.57
คอลัมน์ Knowledge	44	9.36
คอลัมน์ Chat	44	9.36
คอลัมน์ Fashion	36	7.66
คอลัมน์ HotTutor	21	4.47
คอลัมน์ TutorCenter	16	3.40
คอลัมน์ D-mobile	10	2.13
รวม	470	100

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 470 คน ที่มีการเลือกใช้งานคอลัมน์ต่างๆ บ่อยมากที่สุดเป็นอันดับ 2 ได้แก่คอลัมน์ Entertain มากที่สุด รองลงมาคือ คอลัมน์ MSNhall&ICQhall, คอลัมน์ Board ส่วนคอลัมน์ที่มีคนใช้น้อยที่สุดได้แก่ คอลัมน์ D-mobile โดยมีจำนวน 110, 97, 92 และ 10 คนตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 23.40, 20.64, 19.57 และ 2.13 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงการใช้งานคอลัมน์ต่างๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com บ่อยมากที่สุด เป็นอันดับที่ 3 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ใช้งานบ่อยมากที่สุดเป็นอันดับ 3	จำนวน	ร้อยละ
คอลัมน์ Entertain	119	25.70
คอลัมน์ Knowledge	67	14.47
คอลัมน์ Fashion	58	12.53
คอลัมน์ MSNhall, ICQhall	52	11.23
คอลัมน์ Chat	48	10.37
คอลัมน์ Board	38	8.21
คอลัมน์ HotTutor	36	7.78
คอลัมน์ D-mobile	23	4.97
คอลัมน์ TutorCenter	22	4.75
รวม	463	100

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 470 คน ที่มีการเลือกใช้งานคอลัมน์ต่างๆ บ่อยมากที่สุดเป็นอันดับ 3 ได้แก่คอลัมน์ Entertain มากที่สุด รองลงมาคือ คอลัมน์ Knowledge, คอลัมน์ Fashion, คอลัมน์ MSNhall&ICQhall โดยคอลัมน์ที่มีการใช้งานน้อยที่สุดได้แก่ คอลัมน์ TutorCenter โดยมีจำนวน 119, 67, 58 และ 22 คน ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 25.70, 14.47, 12.53 และ 4.75 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ทักษะที่มีต่อการบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com

การวิเคราะห์ทักษะที่มีต่อการบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com จำนวน 480 คน สามารถจำแนกตามทักษะที่มีต่อการบริการคอลัมน์ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) โดยนำเสนอในรูปของค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ของค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 หมายถึง ระดับทักษะดีในเชิงบวก

ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 หมายถึง ระดับทักษะดีเป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 หมายถึง ระดับทักษะดีในเชิงลบ

ตาราง 14 แสดงระดับทักษะโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ทักษะที่มีต่อการบริการในด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทักษะ
1. ด้านเนื้อหา	3.76	0.58	เชิงบวก
2. ด้านการปฏิสัมพันธ์	3.95	0.66	เชิงบวก
3. ด้านการพาณิชย์	3.46	0.82	เป็นกลาง
รวม	3.76	0.58	เชิงบวก

จากตาราง 14 แสดงระดับทักษะโดยรวมที่มีต่อการบริการคอลัมน์ในด้านเนื้อหา ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านการพาณิชย์ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า ระดับของทักษะโดยรวมอยู่ในเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทักษะด้านเนื้อหา และด้านการปฏิสัมพันธ์ อยู่ในเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และ 3.95 ตามลำดับ แต่มีทักษะที่ก้ำกึ่งในด้านการพาณิชย์ อยู่ในระดับเป็นกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ตาราง 15 แสดงทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ทัศนคติด้านเนื้อหา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. คอลัมน์ Knowledge	3.82	0.60	เชิงบวก
2. คอลัมน์ Entertain	3.89	0.70	เชิงบวก
3. คอลัมน์ HotTutor	3.69	0.71	เชิงบวก
4. คอลัมน์ Fashion	3.68	0.75	เชิงบวก
5. คอลัมน์ TutorCenter	3.70	0.74	เชิงบวก
รวม	3.76	0.58	เชิงบวก

จากตาราง 15 แสดงระดับทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวก มีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ที่ 3.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทัศนคติในเชิงบวกทั้ง 5 คอลัมน์ได้แก่ คอลัมน์ Entertain, คอลัมน์ Knowledge, คอลัมน์ TutorCenter, คอลัมน์ HotTutor และ คอลัมน์ Fashion โดยมีค่าเฉลี่ย 3.89, 3.82, 3.69, 3.68 และ 3.70 ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Knowledge ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ทัศนคติด้านเนื้อหาในคอลัมน์ Knowledge	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. เนื้อหาน่าสนใจ ไม่น่าสนใจ	3.85	0.79	เชิงบวก
2. เนื้อหาทันสมัย ไม่ทันสมัย	3.90	0.83	เชิงบวก
3. เนื้อหาต่อการเข้าใจ ยากต่อการเข้าใจ	3.90	0.80	เชิงบวก
4. เนื้อหาตรงต่อความต้องการ ไม่ตรงต่อความต้องการ	3.65	0.84	เป็นกลาง
5. เนื้อหา มีประโยชน์ ไม่มีประโยชน์	3.93	0.87	เชิงบวก
6. ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ ไม่มีการปรับปรุงเนื้อหา	3.67	0.87	เป็นกลาง
รวม	3.82	0.60	เชิงบวก

จากตาราง 16 แสดงระดับทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Knowledge ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ที่ 3.82 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทัศนคติด้านเนื้อหาต่อบริการคอลัมน์ Knowledge มีลักษณะค่อนข้างไปทาง มีประโยชน์, ทันสมัย, ง่ายต่อการเข้าใจ, น่าสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.93, 3.90, 3.90 และ 3.85 ตามลำดับ แต่มีทัศนคติกำลังในด้านการปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ และตรงต่อความต้องการโดยมีค่าเฉลี่ย 3.67 และ 3.65 ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Entertain ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ทัศนคติด้านเนื้อหาในคอลัมน์ Entertain	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. เนื้อหาน่าสนใจ ไม่น่าสนใจ	3.99	0.85	เชิงบวก
2. เนื้อหาทันสมัย ไม่ทันสมัย	4.02	0.84	เชิงบวก
3. เนื้อหาช่วยต่อการเข้าใจ ยากต่อการเข้าใจ	3.96	0.84	เชิงบวก
4. เนื้อหาตรงต่อความต้องการ ไม่ตรงต่อความต้องการ	3.80	0.90	เชิงบวก
5. เนื้อหามีประโยชน์ ไม่มีประโยชน์	3.78	0.86	เชิงบวก
6. ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ ไม่มีการปรับปรุงเนื้อหา	3.80	0.94	เชิงบวก
รวม	3.89	0.70	เชิงบวก

จากตาราง 17 แสดงระดับทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Entertain ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า ทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Entertain โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทัศนคติด้านเนื้อหาต่อบริการคอลัมน์ Entertain มีลักษณะค่อนข้างไปทาง ทันสมัย, น่าสนใจ, ช่วยต่อการเข้าใจ, ตรงต่อความต้องการ, ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ และ มีประโยชน์ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02, 3.99, 3.96, 3.80, 3.80 และ 3.78 ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ HotTutor ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ทัศนคติด้านเนื้อหาในคอลัมน์ HotTutor	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. เนื้อหาน่าสนใจ ไม่น่าสนใจ	3.72	0.86	เชิงบวก
2. เนื้อหาทันสมัย ไม่ทันสมัย	3.72	0.84	เชิงบวก
3. เนื้อหาต่อการเข้าใจ ยากต่อการเข้าใจ	3.74	0.82	เชิงบวก
4. เนื้อหาตรงต่อความต้องการ ไม่ตรงต่อความต้องการ	3.63	0.94	เป็นกลาง
5. เนื้อหามีประโยชน์ ไม่มีประโยชน์	3.79	0.89	เชิงบวก
6. ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ ไม่มีการปรับปรุงเนื้อหา	3.55	0.91	เป็นกลาง
รวม	3.69	0.71	เชิงบวก

จากตาราง 18 แสดงระดับทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ HotTutor ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า ทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ HotTutor โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทัศนคติด้านเนื้อหาต่อบริการคอลัมน์ HotTutor มีลักษณะค่อนข้างไปทาง มีประโยชน์, ง่ายต่อการเข้าใจ, ทันสมัย และ น่าสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79, 3.74, 3.72 และ 3.72 ตามลำดับ แต่มีทัศนคติ ก้าวกึ่งในด้าน ตรงต่อความต้องการ และ ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.63 และ 3.55 ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อการบริการในคอลัมน์ Fashion ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ทัศนคติด้านเนื้อหาในคอลัมน์ Fashion	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. เนื้อหาน่าสนใจ ไม่น่าสนใจ	3.75	0.94	เชิงบวก
2. เนื้อหาทันสมัย ไม่ทันสมัย	3.71	0.94	เชิงบวก
3. เนื้อหาช่วยต่อการเข้าใจ ยากต่อการเข้าใจ	3.76	0.83	เชิงบวก
4. เนื้อหาตรงต่อความต้องการ ไม่ตรงต่อความต้องการ	3.61	0.93	เป็นกลาง
5. เนื้อหามีประโยชน์ ไม่มีประโยชน์	3.68	0.86	เชิงบวก
6. ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ ไม่มีการปรับปรุงเนื้อหา	3.57	0.97	เป็นกลาง
รวม	3.68	0.75	เชิงบวก

จากตาราง 19 แสดงระดับทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อการบริการในคอลัมน์ Fashion ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า ทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อการบริการในคอลัมน์ Fashion โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทัศนคติด้านเนื้อหาต่อการบริการคอลัมน์ Fashion มีลักษณะค่อนข้างไปทาง ช่วยต่อการเข้าใจ, น่าสนใจ, ทันสมัยและ มีประโยชน์ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.76, 3.75, 3.71 และ 3.68 ตามลำดับ แต่มีทัศนคติ ก้าวกึ่งในด้านการตรงต่อความต้องการและ ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.61 และ 3.57 ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ TutorCenter ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ทัศนคติด้านเนื้อหาในคอลัมน์ TutorCenter	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. เนื้อหาน่าสนใจ ไม่น่าสนใจ	3.69	0.89	เชิงบวก
2. เนื้อหาทันสมัย ไม่ทันสมัย	3.71	0.86	เชิงบวก
3. เนื้อหาต่อการเข้าใจ ยากต่อการเข้าใจ	3.74	0.87	เชิงบวก
4. เนื้อหาตรงต่อความต้องการ ไม่ตรงต่อความต้องการ	3.66	0.93	เป็นกลาง
5. เนื้อหาประโยชน์ ไม่มีประโยชน์	3.81	0.87	เชิงบวก
6. ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ ไม่มีการปรับปรุงเนื้อหา	3.58	0.90	เป็นกลาง
รวม	3.70	0.74	เชิงบวก

จากตาราง 20 แสดงระดับทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ TutorCenter ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า ทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ TutorCenter โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทัศนคติด้านเนื้อหาต่อบริการคอลัมน์ TutorCenter มีลักษณะค่อนข้างไปทาง มีประโยชน์, ง่ายต่อการเข้าใจ, ทันสมัย และ น่าสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.81, 3.74, 3.71 และ 3.69 ตามลำดับ แต่มีทัศนคติที่ก้าวไปในด้านการตรงต่อความต้องการ และ ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.66 และ 3.58 ตามลำดับ

ตาราง 21 แสดงทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. คอลัมน์ Board	4.17	0.77	เชิงบวก
2. คอลัมน์ Chat	3.59	0.96	เป็นกลาง
3. คอลัมน์ MSNhall & ICQhall	4.09	0.86	เชิงบวก
รวม	3.95	0.66	เชิงบวก

จากตาราง 21 แสดงระดับทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์โดยรวมที่มีต่อบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวก โดยมีความเฉลี่ยรวม 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ในคอลัมน์ Board และคอลัมน์ MSNhall & ICQhall อยู่ในระดับเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และ 4.09 ตามลำดับ แต่มีทัศนคติที่ก้าวในคอลัมน์ Chat โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ตาราง 22 แสดงทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลล์มน์ Board ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ในคอลล์มน์ Board	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. น่าสนใจ ไม่มีประโยชน์	4.24	0.86	เชิงบวก
2. สนุก เพลิดเพลิน ไม่สนุก เพลิดเพลิน	4.31	0.83	เชิงบวก
3. ใช้งานได้รวดเร็ว ใช้งานได้ช้า	3.96	0.98	เชิงบวก
4. ใช้งานได้ง่าย ใช้งานได้ยาก	4.18	0.88	เชิงบวก
5. ใช้แล้ว อยากใช้อีก ใช้แล้ว ไม่อยากใช้อีก	4.15	0.87	เชิงบวก
รวม	4.17	0.77	เชิงบวก

จากตาราง 22 แสดงระดับด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลล์มน์ Board ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า ทัศนคติการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลล์มน์ Board โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกจำนวน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ต่อบริการคอลล์มน์ Board มีลักษณะค่อนข้างไปทาง สนุก เพลิดเพลิน, น่าสนใจ, ใช้งานได้ง่าย, ใช้แล้ว อยากใช้อีก และ ใช้งานได้รวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31, 4.24, 4.18, 4.15 และ 3.96 ตามลำดับ

ตาราง 23 แสดงทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลล์มน์ Chat ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ในคอลล์มน์ Chat	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. น่าสนใจ ไม่มีประโยชน์	3.65	1.07	เป็นกลาง
2. สนุก เพลิดเพลิน ไม่สนุก เพลิดเพลิน	3.65	1.09	เป็นกลาง
3. ใช้งานได้รวดเร็ว ใช้งานได้ช้า	3.54	1.06	เป็นกลาง
4. ใช้งานได้ง่าย ใช้งานได้ยาก	3.60	1.06	เป็นกลาง
5. ใช้แล้ว อยากใช้อีก ใช้แล้ว ไม่อยากใช้อีก	3.50	1.14	เป็นกลาง
รวม	3.59	0.96	เป็นกลาง

จากตาราง 23 แสดงระดับด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลล์มน์ Chat ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า ทัศนคติการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลล์มน์ Chat โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลางโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ต่อบริการคอลล์มน์ MSNhall & ICQhall มีลักษณะกำลังในด้านความ น่าสนใจ, สนุก เพลิดเพลิน, ใช้งานได้ง่าย, ใช้งานได้รวดเร็ว, และ ใช้แล้ว อยากใช้อีก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.65, 3.65, 3.60, 3.54 และ 3.50 ตามลำดับ

ตาราง 24 แสดงทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อการบริการในคอลล์มน์ MSNhall & ICQhall ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ในคอลล์มน์ MSNhall & ICQhall	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. น่าสนใจ ไม่มีประโยชน์	4.08	1.03	เชิงบวก
2. สนุก เพลิดเพลิน ไม่สนุก เพลิดเพลิน	4.03	1.01	เชิงบวก
3. ใช้งานได้รวดเร็ว ใช้งานได้ช้า	4.13	0.94	เชิงบวก
4. ใช้งานได้ง่าย ใช้งานได้ยาก	4.21	0.90	เชิงบวก
5. ใช้แล้ว อยากใช้อีก ใช้แล้ว ไม่อยากใช้อีก	4.03	1.06	เชิงบวก
รวม	4.09	0.86	เชิงบวก

จากตาราง 24 แสดงระดับด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อการบริการในคอลล์มน์ MSNhall & ICQhall ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า ทัศนคติการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อการบริการในคอลล์มน์ MSNhall & ICQhall โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ต่อการบริการคอลล์มน์ MSNhall & ICQhall มีลักษณะค่อนข้างไปทาง ใช้งานได้ง่าย, ใช้งานได้รวดเร็ว, น่าสนใจ, สนุก เพลิดเพลิน และ ใช้แล้ว อยากใช้อีก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.21, 4.13, 4.08, 4.03 และ 4.03 ตามลำดับ

ตาราง 25 แสดงทัศนคติด้านการพาณิชย์ที่มีต่อการบริการในคอลล์มน์ D-mobile ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ทัศนคติด้านการพาณิชย์ในคอลล์มน์ D-mobile	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. มีแบบให้เลือกหลากหลาย มีแบบให้เลือกน้อย	3.67	0.91	เป็นกลาง
2. สินค้าน่าสนใจ สินค้าไม่น่าสนใจ	3.56	0.97	เป็นกลาง
3. สะดวกในการซื้อสินค้า ไม่สะดวกในการซื้อสินค้า	3.44	0.96	เป็นกลาง
4. สินค้ามีราคาถูก สินค้ามีราคาแพง	3.30	0.95	เป็นกลาง
5. ได้รับสินค้าอย่างรวดเร็ว ได้รับสินค้าช้า	3.35	0.98	เป็นกลาง
รวม	3.46	0.82	เป็นกลาง

จากตาราง 25 แสดงระดับด้านการพาณิชย์ที่มีต่อการบริการในคอลล์มน์ D-mobile ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า ทัศนคติการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อการบริการในคอลล์มน์ D-mobile โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทัศนคติด้านการพาณิชย์ต่อการบริการคอลล์มน์ D-mobile มีลักษณะก้ำกึ่งในด้านความ มีแบบให้เลือกหลากหลาย, น่าสนใจ, สะดวกในการซื้อ, ได้รับอย่างรวดเร็ว และ มีราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.67, 3.56, 3.44, 3.35 และ 3.30 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยจำแนกเป็นสมมติฐานย่อย ๆ ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1.1 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ

H_1 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มอย่างเป็นอิสระจากกัน (t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 26 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามเพศ

เพศ	ความถี่ในการใช้บริการ (ครั้ง / สัปดาห์)				
	$\bar{X}$	S.D.	t	Df	Prob.
ชาย	7.30	6.86	2.181*	292.820	0.03
หญิง	5.96	5.58			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยอธิบายได้ว่า เพศชายจะมีความถี่ในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่าเพศหญิง โดยมีค่าเฉลี่ยความถี่เท่ากับ 7.30 และ 5.96 ครั้งต่อสัปดาห์ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.1.2 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

H_1 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 27 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามเพศ

เพศ		ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม
		ไม่เกิน 15 นาที	15 นาที – 30 นาที	30 นาที – 1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง	
ชาย	จำนวน	11	45	40	39	35	170
	ร้อยละ	2.3	9.4	8.3	8.1	7.3	35.4
หญิง	จำนวน	12	85	90	85	38	310
	ร้อยละ	2.5	17.7	18.8	17.7	7.9	64.6
รวม	จำนวน	23	130	130	124	73	480
	ร้อยละ	4.8	27.1	27.1	25.8	15.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 8.674$	Sig.(2-sided) = 0.07
------------------	----------------------

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ต่อพฤติกรรมด้านช่วงเวลาการใช้งานเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 9.4 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที-30 นาที รองลงมาคือ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 8.3 และ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ ไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงมีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมงมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 18.8 รองลงมาคือ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมงและ 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 17.7 และ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 7.9 และ ไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ในการทดสอบพบว่า มีค่าระดับนัยสำคัญ. เท่ากับ 0.07 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.07 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่

เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.1.3 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ

H_1 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 28 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ จำแนกตามเพศ

เพศ		ช่วงเวลาที่ใช้บริการ						รวม
		08:01-12:00	12:01-16:00	16:01-20:00	20:01-24:00	00:01-04:00	04:01-08:00	
ชาย	จำนวน	9	16	63	74	6	2	170
	ร้อยละ	1.9	3.3	13.1	15.4	1.3	0.4	35.4
หญิง	จำนวน	14	44	131	111	8	2	310
	ร้อยละ	2.9	9.2	27.3	23.1	1.7	0.4	64.6
รวม	จำนวน	23	60	194	185	14	4	480
	ร้อยละ	4.8	12.5	40.4	38.5	2.9	8	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 5.291$	Sig.(2-sided) = 0.381
------------------	-----------------------

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 15.4 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 13.1 และ ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 3.3 และ ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 1.9 และ ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 1.3 และ ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 04:01-08:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 27.3 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 23.1 และ ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 9.2 และ ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 2.9 และ ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 1.7 และ ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 04:01-08:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่ามี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.381 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.381 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ช่วงเวลาที่ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.1.4 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

H_1 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 29 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก จำแนกตามเพศ

เพศ		การเป็นสมาชิก		รวม
		เป็นสมาชิก	ไม่เป็นสมาชิก	
ชาย	จำนวน	56	114	170
	ร้อยละ	11.7	23.8	35.4
หญิง	จำนวน	116	194	310
	ร้อยละ	24.2	40.4	64.6
รวม	จำนวน	172	308	480
	ร้อยละ	35.8	64.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 0.958$	Sig.(2-sided) = 0.328
------------------	-----------------------

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก พบว่า เพศชาย ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 23.8 ไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือที่สมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 11.7 เพศหญิงส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 40.4 ไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือที่สมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 24.2 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.328 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.328 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยจำแนกเป็นสมมติฐานย่อย ๆ ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.2.1 ลักษณะผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ที่มี อายุ ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ที่มี อายุ ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	ความถี่ในการใช้บริการ (ครั้ง / สัปดาห์)					
	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	2	234.394	117.197	3.191*	0.042
	ภายในกลุ่ม	447	17521.604	36.733		
	รวม	449	17755.998			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ในด้านความถี่ในการใช้บริการจำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.042 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลักษณะผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ที่มี อายุ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพื่อให้ทราบว่าการมีพฤติกรรมต่างกัน ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple comparisons) ด้วยวิธีการ LSD ดังต่อไปนี้

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างลักษณะผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า	ระหว่าง	มากกว่า
		14 ปี	15 – 18 ปี	19 ปี
		7.09	5.73	7.15
ต่ำกว่า 14 ปี	7.09		1.36 (0.55)	-0.06 (0.939)
ระหว่าง 15 – 18 ปี	5.73			-1.42* (0.029)
มากกว่า 19 ปี	7.15			

n = 480

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ในด้านความถี่ในการใช้บริการจำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มีอายุ ระหว่าง 15 – 18 ปี กับ มากกว่า 19 ปี มีค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ ระหว่าง 15 – 18 ปี มีความแตกต่างจาก ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 19 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.42 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 19 ปีใช้บริการมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระหว่าง 15 – 18 ปี จำนวน 1.42 ครั้งต่อสัปดาห์

สมมติฐานที่ 1.2.2 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

H_1 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 32 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามอายุ

อายุ		ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม
		ไม่เกิน 15 นาที	15 นาที – 30 นาที	30 นาที – 1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง	
ต่ำกว่า 14 ปี	จำนวน	2	30	25	32	17	106
	ร้อยละ	0.4	6.3	5.2	6.7	3.5	22.1
ระหว่าง 15 – 18 ปี	จำนวน	12	63	63	66	34	238
	ร้อยละ	2.5	13.1	13.1	13.8	7.1	49.6
มากกว่า 19 ปี	จำนวน	9	37	42	26	22	136
	ร้อยละ	1.9	7.7	8.8	5.4	4.6	28.3
รวม	จำนวน	23	130	130	124	73	480
	ร้อยละ	4.8	27.1	27.1	25.8	15.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 7.922$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.441$$

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ ต่อ พฤติกรรมด้านช่วงเวลาการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 14 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 6.7 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 6.3 ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.2 มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.5 และไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระหว่าง 15 – 18 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 13.8 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที และ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 13.1 มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 7.1 และไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 19 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 8.8 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 7.7 ช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.4 ช่วง มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 4.6 และไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มีค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.441 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.441 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2.3 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ

H_1 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 33 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ จำแนกตามอายุ

อายุ		ช่วงเวลาที่ใช้บริการ						รวม
		08:01-12:00	12:01-16:00	16:01-20:00	20:01-24:00	00:01-04:00	04:01-08:00	
ต่ำกว่า 14 ปี	จำนวน	1	8	58	37	1	1	106
	ร้อยละ	0.2	1.7	12.1	7.7	0.2	0.2	35.4
ระหว่าง 15 – 18 ปี	จำนวน	8	26	95	99	7	3	238
	ร้อยละ	1.7	5.4	19.8	20.6	1.5	0.6	49.6
มากกว่า 19 ปี	จำนวน	14	26	41	49	6	0	136
	ร้อยละ	2.9	5.4	8.5	10.2	1.3	0	28.3
รวม	จำนวน	23	60	194	185	14	4	480
	ร้อยละ	4.8	12.5	40.4	38.5	2.9	8	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 34.421$	Sig.(2-sided) = 0.000
Cramers'V = 0.189	Sig. = 0.000

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 14 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 12.1 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการ อยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 7.7 ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 1.7 ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 08:01-12:00 , 00:01-04:00 และ 04:01-08:00 เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระหว่าง 15 – 18 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 20.6 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 19.8 ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 5.4 และ ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 1.7 และ ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 1.5 และ ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 04:01-08:00 คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 19 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 10.2 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 8.5 ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 5.4 และ ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 2.9 และ ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramers'V พบว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ ในขนาดเท่ากับ 0.189 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2.4 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

H_1 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 34 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก จำแนกตามอายุ

อายุ		การเป็นสมาชิก		รวม
		เป็นสมาชิก	ไม่เป็นสมาชิก	
ต่ำกว่า 14 ปี	จำนวน	55	51	106
	ร้อยละ	11.5	10.6	22.1
ระหว่าง 15 – 18 ปี	จำนวน	78	160	238
	ร้อยละ	16.3	33.3	49.6
มากกว่า 19 ปี	จำนวน	39	97	136
	ร้อยละ	8.1	20.2	28.3
รวม	จำนวน	172	308	480
	ร้อยละ	35.8	64.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 15.880$	Sig.(2-sided) = 0.000
Cramers'V = 0.182	Sig. = 0.000

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 14 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 11.5 มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือที่ไม่สมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 10.6 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระหว่าง 15 – 18 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 33.3 ไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือที่สมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 19 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 20.2 ไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือที่สมัครเป็นสมาชิกคิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramers'V พบว่า ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก ในขนาด เท่ากับ 0.182 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยจำแนกเป็นสมมติฐานย่อย ๆ ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.3.1 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ระดับการศึกษา ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่ต่างกัน

H_1 : ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ระดับการศึกษา ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ตาราง 35 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	ความถี่ในการใช้บริการ (ครั้ง / สัปดาห์)					
	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	6	253.224	42.204	1.141	0.338
	ภายในกลุ่ม	473	17502.774	37.004		
	รวม	479	17755.998			

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา ต่อพฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์ www.dek-d.com ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.338 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3.2 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

H_1 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 36 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม
		ไม่เกิน 15 นาที	15 นาที - 30 นาที	30 นาที - 1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง	
ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนต้น	จำนวน	1	1	3	5	3	13
	ร้อยละ	0.2	0.2	0.6	1.0	0.6	2.7
มัธยมศึกษาตอนต้น	จำนวน	2	36	27	41	15	121
	ร้อยละ	0.4	7.5	5.6	8.5	3.1	25.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย	จำนวน	10	50	45	38	27	170
	ร้อยละ	2.1	10.4	9.4	7.9	5.6	35.4
ปวช.	จำนวน	1	2	3	2	1	9
	ร้อยละ	0.2	0.4	0.6	0.4	0.2	1.9
อนุปริญญา	จำนวน	0	4	3	2	3	12
	ร้อยละ	0	0.8	0.6	0.4	0.6	2.5
ปริญญาตรี	จำนวน	9	35	45	35	24	148
	ร้อยละ	1.9	7.3	9.4	7.3	5.0	30.8
สูงกว่าปริญญาตรี	จำนวน	0	2	4	1	0	7
	ร้อยละ	0	0.4	0.8	0.2	0	1.5
รวม	จำนวน	23	130	130	124	73	480
	ร้อยละ	4.8	27.1	27.1	25.8	15.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 21.816$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.590$$

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา ต่อพฤติกรรมด้านช่วงเวลาการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.0 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 30 นาที - 1 ชั่วโมง และ

มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.6 และ ไม่เกิน 15 นาที และ 15 นาที – 30 นาทีคิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 8.5 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที – 30 นาทีคิดเป็นร้อยละ 7.5 และ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.6 และ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.1 และไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 10.4 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที – 30 นาที รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 9.4 และ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 7.9 และ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.6 และ ไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปวช. ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.6 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ ช่วง 15 นาที – 30 นาที และ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.4 ถัดมาคือ ไม่เกิน 15 นาที และ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.8 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที – 30 นาที รองลงมาคือช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง และ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.6 และ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 9.4 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือช่วง 15 นาที – 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 7.3 ถัดมาคือ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.0 และ ไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 0.8 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือช่วง 15 นาที – 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.4 ถัดมาคือ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.590 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.590 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3.3 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

H_1 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 37 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ช่วงเวลาที่ใช้บริการ						รวม
		08:01- 12:00	12:01- 16:00	16:01- 20:00	20:01- 24:00	00:01- 04:00	04:01- 08:00	
ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนต้น	จำนวน	0	2	8	3	0	0	13
	ร้อยละ	0	0.4	1.7	0.6	0	0	2.7
มัธยมศึกษาตอนต้น	จำนวน	2	7	60	49	1	2	121
	ร้อยละ	0.4	1.5	12.5	10.2	0.2	0.4	25.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย	จำนวน	6	15	73	69	5	2	170
	ร้อยละ	1.3	3.1	15.2	14.4	1.0	0.4	35.4
ปวช	จำนวน	1	2	6	0	0	0	9
	ร้อยละ	0.2	0.4	1.3	0	0	0	1.9
อนุปริญญา	จำนวน	4	2	3	2	1	0	12
	ร้อยละ	0.8	0.4	0.6	0.4	0.2	0	2.5
ปริญญาตรี	จำนวน	10	29	43	59	7	0	148
	ร้อยละ	2.1	6.0	9.0	12.3	1.5	0	30.8
สูงกว่าปริญญาตรี	จำนวน	0	3	1	3	0	0	7
	ร้อยละ	0	0.6	0.2	0.6	0	0	1.5
รวม	จำนวน	23	60	194	185	14	4	480
	ร้อยละ	4.8	12.5	40.4	38.5	2.9	8	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 71.479$	Sig.(2-sided) = 0.000
Cramers'V = 0.173	Sig. = 0.000

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.7 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 0.6 ถัดมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 12.5 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 10.2 ถัดมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 1.5 ระหว่าง 08:01-12:00 และ 04:01-08:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ระหว่าง 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 15.2 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 14.4 ถัดมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 3.1 ระหว่าง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 1.3 และ 04:01-08:00 คิดเป็นร้อยละ 1.0 ระหว่าง 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปวช. ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ถัดมาคือช่วง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.8 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 08:01-12:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 0.6 ถัดมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 และ 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ถัดมาคือ 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 12.3 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 9.0 ถัดมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 6.0 ระหว่าง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 2.1 และระหว่าง 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.6 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 และ 12:01-16:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramers'V พบว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ ในขนาดเท่ากับ 0.173 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3.4 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

H_1 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi - square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 38 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		การเป็นสมาชิก		รวม
		เป็นสมาชิก	ไม่เป็นสมาชิก	
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	จำนวน	6	7	13
	ร้อยละ	1.3	1.5	2.7
มัธยมศึกษาตอนต้น	จำนวน	63	58	121
	ร้อยละ	13.1	12.1	25.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย	จำนวน	54	116	170
	ร้อยละ	11.3	24.2	35.4
ปวช	จำนวน	1	8	9
	ร้อยละ	0.2	1.7	1.9
อนุปริญญา	จำนวน	3	9	12
	ร้อยละ	0.6	1.9	2.5
ปริญญาตรี	จำนวน	42	106	148
	ร้อยละ	8.8	22.1	30.9
สูงกว่าปริญญาตรี	จำนวน	3	4	7
	ร้อยละ	0.6	0.8	1.5
รวม	จำนวน	172	308	480
	ร้อยละ	35.8	64.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 22.425$	Sig.(2-sided) = 0.001
Cramers'V = 0.216	Sig. = 0.001

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 1.5 ไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือมีการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 13.1 มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือไม่สมัครเป็นสมาชิกคิดเป็นร้อยละ 12.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 24.2 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิกคิดเป็นร้อยละ 13.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปวช. ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 1.7 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 1.9 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 22.1 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ และ 8.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 0.8 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่ามี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramers'V พบว่า ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก ในขนาดเท่ากับ 0.216 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยจำแนกเป็นสมมติฐานย่อย ๆ ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.4.1 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ตาราง 39 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ตัวแปร	ความถี่ในการใช้บริการ (ครั้ง / สัปดาห์)					
	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน	ระหว่างกลุ่ม	6	452.551	75.425	2.062	0.056
	ภายในกลุ่ม	473	17303.447	36.582		
	รวม	479	17755.998			

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ต่อพฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์ www.dek-d.com ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.056 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4.2 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

H_1 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 40 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน		ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม
		ไม่เกิน 15 นาที	15 นาที - 30 นาที	30 นาที - 1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง	
กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี	จำนวน	17	102	97	106	52	374
	ร้อยละ	3.5	21.3	20.2	22.1	10.8	77.9
จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี	จำนวน	1	6	13	7	8	35
	ร้อยละ	0.2	1.3	2.7	1.5	1.7	7.3
จังหวัดในภาคตะวันออก	จำนวน	1	4	1	1	0	7
	ร้อยละ	0.2	0.8	0.2	0.2	0	1.5
จังหวัดในภาคเหนือ	จำนวน	2	3	5	4	2	16
	ร้อยละ	0.4	0.6	1.0	0.8	0.4	3.3
จังหวัดในภาคใต้	จำนวน	2	3	6	2	3	16
	ร้อยละ	0.4	0.6	1.3	0.4	0.6	3.3
จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวน	0	6	4	3	2	15
	ร้อยละ	0	1.3	0.8	0.6	0.4	3.1
อยู่นอกประเทศไทย	จำนวน	0	6	4	1	6	17
	ร้อยละ	0	1.3	0.8	0.2	1.3	3.5
รวม	จำนวน	23	130	130	124	73	480
	ร้อยละ	4.8	27.1	27.1	25.8	15.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 28.900$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.224$$

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ต่อพฤติกรรมด้านเวลาการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 22.1 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 21.3 ถัดมาคือช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 20.2 มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 10.8 และไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 2.7 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.7 ถัดมาคือ ช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.5 และ 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.3 และไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน จังหวัดในภาคตะวันออก ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.8 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที-30 นาที รองลงมาคือ ไม่เกิน 15 นาที และ 30 นาที – 1 ชั่วโมง และ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง มีค่าเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน จังหวัดในภาคเหนือ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.0 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.8 ถัดมาคือช่วง 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.6 ถัดมาคือ มากกว่า 2 ชั่วโมง และไม่เกิน 15 นาที มีค่าเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน จังหวัดในภาคใต้ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที -30 นาที และ มากกว่า 2 ชั่วโมง มีค่าเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 0.6 ถัดมาคือช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง และไม่เกิน 15 นาที มีค่าเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง ช่วง 15 นาที -30 นาที รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.8 ถัดมาคือช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.6 และมากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน อยู่ต่างประเทศไทย ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง ช่วง 15 นาที -30 นาที และ มากกว่า 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.8 ถัดมาคือช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.224 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.224 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4.3 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ

H_1 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 41 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ
จำแนกตามที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน		ช่วงเวลาที่ให้บริการ						รวม
		08:01- 12:00	12:01- 16:00	16:01- 20:00	20:01- 24:00	00:01- 04:00	04:01- 08:00	
กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี	จำนวน	15	40	160	147	10	2	374
	ร้อยละ	3.1	8.3	33.3	30.6	2.1	0.4	77.9
จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี	จำนวน	2	8	8	15	2	0	35
	ร้อยละ	0.4	1.7	1.7	3.1	0.4	0	7.3
จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวน	1	1	4	1	0	0	7
	ร้อยละ	0.2	0.2	0.8	0.2	0	0	1.5
จังหวัดในภาคเหนือ	จำนวน	1	6	5	4	0	0	16
	ร้อยละ	0.2	1.3	1.0	0.8	0	0	3.3
จังหวัดในภาคใต้	จำนวน	1	2	5	7	1	0	16
	ร้อยละ	0.2	0.4	1.0	1.5	0.2	0	3.3
จังหวัดในภาคตะวันออก จังหวัดในภาคเหนือ	จำนวน	3	0	5	7	0	0	15
	ร้อยละ	0.6	0	1.0	1.5	0	0	3.1
อยู่นอกประเทศไทย	จำนวน	0	3	7	4	1	2	17
	ร้อยละ	0	0.6	1.5	0.8	0.2	0.4	3.5
รวม	จำนวน	23	60	194	185	14	4	480
	ร้อยละ	4.8	12.5	40.4	38.5	2.9	8	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 60.992$	Sig.(2-sided) = 0.001
Cramers'V = 0.159	Sig. = 0.001

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 30.6 ช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 8.3 ช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 3.1 และ 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 3.1 และ 04:01-08:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 3.1 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 12:01-16:00 และ 16:01-20:00 มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ถัดไปเป็นช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 08:01-12:00 และ 00:01-04:00 มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคตะวันออก ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.8 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 08:01-12:00 และ 12:01-16:00 และ 00:01-04:00 มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคเหนือ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 12:01-16:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 1.0 ถัดมาคือ 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 0.8 ถัดมาคือ 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคใต้ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 1.0 ถัดมาคือ 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ถัดมาคือ 08:01-12:00 และ 00:01-04:00 มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 1.0 ถัดมาคือ 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน อยู่นอกประเทศไทย ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 0.8 ถัดมาคือ 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 0.6 ถัดมาคือ 04:01-08:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 และ 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.001 < 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramers'V พบว่า ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ ในขนาดเท่ากับ 0.159 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4.4 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

H_1 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 42 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก
จำแนกตามที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน		การเป็นสมาชิก		รวม
		เป็นสมาชิก	ไม่เป็นสมาชิก	
กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี	จำนวน	133	241	374
	ร้อยละ	27.7	50.2	77.9
จังหวัดในภาค กลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี	จำนวน	9	26	35
	ร้อยละ	1.9	5.4	7.3
จังหวัดในภาค ตะวันออก	จำนวน	2	5	7
	ร้อยละ	0.4	1.0	1.5
จังหวัดใน ภาคเหนือ	จำนวน	6	10	16
	ร้อยละ	1.3	2.1	3.3
จังหวัดในภาคใต้	จำนวน	4	12	16
	ร้อยละ	0.8	2.5	3.3
จังหวัดในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ อ	จำนวน	5	10	15
	ร้อยละ	1.0	2.1	3.1
อยู่นอกประเทศ ไทย	จำนวน	13	4	17
	ร้อยละ	2.7	0.8	3.5
รวม	จำนวน	172	308	480
	ร้อยละ	35.8	64.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 14.818$	Sig.(2-sided) = 0.022
Cramers'V = 0.176	Sig. = 0.022

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 50.2 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 20.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 5.4 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคตะวันออก ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 1.0 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคเหนือ ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 2.1 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคใต้ ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 2.5 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 2.1 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน อยู่นอกประเทศไทย ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 2.7 มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือไม่สมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.022 < 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramers'V พบว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก ในขนาดเท่ากับ 0.176 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยจำแนกเป็นสมมติฐานย่อย ๆ ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.5.1 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ตาราง 43 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ตัวแปร	ความถี่ในการใช้บริการ (ครั้ง / สัปดาห์)					
	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	19	8.912	0.469	0.632	0.882
	ภายในกลุ่ม	460	341.236	0.742		
	รวม	479	350.148			

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ต่อพฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์ www.dek-d.com ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.882 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5.2 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

H_1 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 44 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต		ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม
		ไม่เกิน 15 นาที	15 นาที – 30 นาที	30 นาที – 1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง	
ที่บ้าน	จำนวน	12	102	103	106	60	386
	ร้อยละ	3.1	21.3	21.5	22.1	12.5	80.4
ที่ทำงาน	จำนวน	0	2	3	0	0	5
	ร้อยละ	0	0.4	0.6	0	0	1.0
สถานศึกษา	จำนวน	8	23	21	15	8	75
	ร้อยละ	1.7	4.8	4.4	3.1	1.7	15.6
สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต(Internet Café)	จำนวน	0	3	3	3	5	14
	ร้อยละ	0	0.6	0.6	0.6	1.0	2.9
รวม	จำนวน	23	130	130	124	73	480
	ร้อยละ	4.8	27.1	27.1	25.8	15.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 18.534$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.100$$

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ต่อพฤติกรรมด้านระยะเวลาการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่บ้าน ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 22.1 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 21.5 ถัดมาคือ 15 นาที – 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 21.3 และ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 12.5 และไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่ทำงาน ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.6 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที – 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่สถานศึกษา ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 4.8 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที – 30 นาที รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็น

ร้อยละ 4.4 ถัดมาคือ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.1 และ ไม่เกิน 15 นาที กับ มากกว่า 2 ชั่วโมง มีค่าเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต จากสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต(Internet Café) ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.0 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง มากกว่า 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ ช่วง 15 นาที -30 นาที กับ 30 นาที – 1 ชั่วโมง และ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง ซึ่งมีค่าเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.100 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.100 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5.3 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ

H_1 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 45 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ จำแนกตามสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต		ช่วงเวลาที่ให้บริการ						รวม
		08:01-12:00	12:01-16:00	16:01-20:00	20:01-24:00	00:01-04:00	04:01-08:00	
ที่บ้าน	จำนวน	12	22	168	171	9	4	386
	ร้อยละ	2.5	4.6	35.0	35.6	1.3	0.8	80.4
ที่ทำงาน	จำนวน	1	2	1	0	1	0	5
	ร้อยละ	0.2	0.4	0.2	0	0.2	0	1.0
สถานศึกษา	จำนวน	10	32	18	12	3	0	75
	ร้อยละ	2.1	6.7	3.8	2.5	0.6	0	15.6
สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต(Internet Café)	จำนวน	0	4	7	2	1	0	16
	ร้อยละ	0	0.8	1.5	0.4	0.2	0	3.3
รวม	จำนวน	23	60	194	185	14	4	480
	ร้อยละ	4.8	12.5	40.4	38.5	2.9	8	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 123.206$	Sig.(2-sided) = 0.000
Cramers'V = 0.293	Sig. = 0.000

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ กับพฤติกรรม การใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่บ้าน ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 35.6 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 35.0 ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 4.6 ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 2.5 และช่วง 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 1.3 และช่วง 04:01-08:00 คิดเป็นร้อยละ 0.8ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่ทำงาน ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.4 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 12:01-16:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 08:01-12:00 และ 16:01-20:00 และ 00:01-04:00 มีค่าเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต สถานศึกษา ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 6.7 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 12:01-16:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 3.8 ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 2.5 ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 2.1 และช่วง 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต จากสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต(Internet Café) ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 0.8 และช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 และช่วง 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramers'V พบว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ ในขนาดเท่ากับ 0.293 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5.4 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

H_1 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ. มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 46 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก
จำแนกตามสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต		การเป็นสมาชิก		รวม
		เป็นสมาชิก	ไม่เป็นสมาชิก	
ที่บ้าน	จำนวน	159	227	386
	ร้อยละ	33.1	47.3	80.4
ที่ทำงาน	จำนวน	1	4	5
	ร้อยละ	0.2	0.8	1.0
สถานศึกษา	จำนวน	9	66	75
	ร้อยละ	1.9	13.8	15.6
สถานที่ให้บริการ อินเทอร์เน็ต (Internet Café)	จำนวน	3	11	14
	ร้อยละ	0.6	2.3	2.9
รวม	จำนวน	172	308	480
	ร้อยละ	35.8	64.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 25.157$	Sig.(2-sided) = 0.000
Cramers'V = 0.229	Sig. = 0.000

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่บ้าน ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 47.3 ไม่มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือมีการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 33.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่ทำงาน ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 0.8 ไม่มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือมีการสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต จากสถานศึกษา ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 13.8 ไม่มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือมีการสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต จากสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Café) ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 2.3 ไม่มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือ การสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่ามีค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramers'V พบว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก ในขนาด เท่ากับ 0.229 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยจำแนกเป็นสมมติฐานย่อย ๆ ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.6.1 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ตาราง 47 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

ตัวแปร	ความถี่ในการใช้บริการ (ครั้ง / สัปดาห์)					
	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	19	19.879	1.046	1.553	0.064
	ภายในกลุ่ม	460	309.988	0.674		
	รวม	479	329.867			

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ต่อพฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์ www.dek-d.com ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.064 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.6.2 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

H_1 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 48 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต		ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม
		ไม่เกิน 15 นาที	15 นาที – 30 นาที	30 นาที – 1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง	
น้อยกว่า 1 ปี	จำนวน	1	4	6	4	2	17
	ร้อยละ	0.2	0.8	1.3	0.8	0.4	3.5
1 ปี – 3 ปี	จำนวน	12	48	45	49	29	183
	ร้อยละ	2.5	10.0	9.4	10.2	6.0	38.1
3 ปี – 5 ปี	จำนวน	6	55	49	48	17	175
	ร้อยละ	1.3	11.5	10.2	10.0	3.5	36.5
มากกว่า 5 ปี	จำนวน	4	23	30	23	25	105
	ร้อยละ	0.8	4.8	6.3	4.8	5.2	21.9
รวม	จำนวน	23	130	130	124	73	480
	ร้อยละ	4.8	27.1	27.1	25.8	15.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 15.155$	Sig.(2-sided) = 0.223
-------------------	-----------------------

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ต่อพฤติกรรมด้านช่วงเวลาการให้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 1.3 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที -30 นาที และ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง มีค่าเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 0.8 ถัดมาคือช่วง มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.4 และไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี – 3 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 10.2 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที -30 นาที คิดเป็นร้อยละ 10.0 ถัดมาคือช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 9.4 และมากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 6.0 และ ไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 3 ปี – 5 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 11.5 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที -30 นาที รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 10.2 ถัดมาคือช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 10.0 และมากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.5 และ ไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 5 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 6.3 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.2 ถัดมาคือช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง และ 15 นาที -30 นาที มีค่าเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 4.8 และ ไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.223 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.223 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้ อินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.6.3 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

H_1 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 49 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ
จำแนกประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต		ช่วงเวลาที่ให้บริการ						รวม
		08:01-	12:01-	16:01-	20:01-	00:01-	04:01-	
		12:00	16:00	20:00	24:00	04:00	08:00	
น้อยกว่า 1 ปี	จำนวน	1	3	7	6	0	0	17
	ร้อยละ	0.2	0.6	1.5	1.3	0	0	3.5
1 ปี – 3 ปี	จำนวน	7	21	71	75	7	2	183
	ร้อยละ	1.5	4.4	14.8	15.6	1.5	0.4	38.1
3 ปี – 5 ปี	จำนวน	9	18	76	65	5	2	175
	ร้อยละ	1.9	3.8	15.8	13.5	1.0	0.4	36.5
มากกว่า 5 ปี	จำนวน	6	18	40	39	2	0	105
	ร้อยละ	1.3	3.8	8.3	8.1	0.4	0	21.9
รวม	จำนวน	23	60	194	185	14	4	480
	ร้อยละ	4.8	12.5	40.4	38.5	2.9	8	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 7.518$	Sig.(2-sided) = 0.942
------------------	-----------------------

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 1.3 ถัดมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 0.6 ช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี – 3 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 15.6 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 14.8 ถัดมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 4.4 ช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 08:01-12:00 และ 00:01-04:00 เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 1.5 และ 04:01-08:00 เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 3 ปี – 5 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 15.8 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 20:01-24:00

คิดเป็นร้อยละ 13.5 ถัดมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 3.8 ช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 1.9 และ 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 1.0 และ 04:01-08:00 เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 5 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 8.3 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 8.1 ถัดมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 3.8 ช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 1.3 และ ช่วงระหว่าง 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่ามี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.942 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.942 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้ อินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.6.4 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

H_1 : ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 50 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก
จำแนกตามประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต		การเป็นสมาชิก		รวม
		เป็นสมาชิก	ไม่เป็นสมาชิก	
น้อยกว่า 1 ปี	จำนวน	2	15	17
	ร้อยละ	0.4	3.1	3.5
1 ปี – 3 ปี	จำนวน	59	124	183
	ร้อยละ	12.3	25.8	38.1
3 ปี – 5 ปี	จำนวน	67	108	175
	ร้อยละ	14.0	22.5	36.5
มากกว่า 5 ปี	จำนวน	44	61	105
	ร้อยละ	9.2	12.7	21.9
รวม	จำนวน	172	308	480
	ร้อยละ	35.8	64.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 7.452$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.059$$

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 3.1 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี – 3 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 25.8 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 3 ปี – 5 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 22.5 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 5 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 12.7 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่ามี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.059 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.059 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) และ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) เพื่อวัดความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (p) หรือ ค่านี้สำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานในแต่ละด้านแสดงดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 2.1.1 ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา (Content) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ตาราง 51 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามทศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา

ตัวแปร	ความถี่ในการใช้บริการ (ครั้ง / สัปดาห์)					
	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	p
ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา	ระหว่างกลุ่ม	2	98.402	48.201	1.326	0.266
	ภายในกลุ่ม	476	17655.531	37.091		
	รวม	478	17753.933			

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของทศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา ต่อพฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์ www.dek-d.com ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.226 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.1.2 ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

H_1 : ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 52 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา

ทศนคติที่มีต่อบริการ คอลล์มน์ด้านเนื้อหา		ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม
		ไม่เกิน 15 นาที	15 นาที – 30 นาที	30 นาที – 1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง	
ระดับทศนคติเชิงลบ	จำนวน	0	2	1	0	2	5
	ร้อยละ	0	0.4	0.2	0	0.4	1.0
ระดับทศนคติเป็นกลาง	จำนวน	12	62	60	43	23	200
	ร้อยละ	2.5	12.9	12.5	9.0	4.8	41.8
ระดับทศนคติในเชิงบวก	จำนวน	11	65	69	81	48	274
	ร้อยละ	2.3	13.6	14.4	16.9	10.0	57.2
รวม	จำนวน	23	129	130	124	73	480
	ร้อยละ	4.8	26.9	27.1	25.9	15.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 13.860$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.085$$

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา ต่อพฤติกรรมด้านช่วงเวลาการให้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทศนคติต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่ หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.4 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที - 30 นาที และ มากกว่า 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่ หรือ คิดเป็นร้อยละ 12.9 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที -30 นาที รองลงมาคือ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 12.5 ถัดมาคือ ช่วง 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 9.0 และ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 4.8 และ ไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 16.9 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 14.4 ถัดมาคือ ช่วง 15 นาที -30 นาที คิดเป็นร้อยละ 13.6 และ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 10.0 และ ไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ในการทดสอบพบว่า ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.085 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.085 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.1.3 ทัศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

H_1 : ทัศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า ระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 53 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา

ทัศนคติที่มีต่อการ คอลล์มน์ด้านเนื้อหา		ช่วงเวลาที่ให้บริการ						รวม
		08:01- 12:00	12:01- 16:00	16:01- 20:00	20:01- 24:00	00:01- 04:00	04:01- 08:00	
ระดับทัศนคติเชิงลบ	จำนวน	0	0	3	2	0	0	5
	ร้อยละ	0	0	0.6	0.4	0	0	1.0
ระดับทัศนคติเป็น กลาง	จำนวน	14	25	83	69	7	2	200
	ร้อยละ	2.9	5.2	17.3	14.4	1.5	0.4	41.8
ระดับทัศนคติในเชิง บวก	จำนวน	9	35	108	113	7	2	274
	ร้อยละ	1.9	7.3	22.5	23.6	1.5	0.4	57.2
รวม	จำนวน	23	60	194	184	14	4	479
	ร้อยละ	4.8	12.5	40.4	38.4	2.9	8	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 6.819$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.742$$

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบทัศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่ หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.6 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการ ระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่ หรือ คิดเป็นร้อยละ 17.3 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการ ระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 14.4 ถัดมาคือ ช่วง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 5.2 และช่วง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 2.9 และช่วง 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 1.5 และ ช่วง 04:01-08:00คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 23.6 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการ ระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 22.5 ถัดมาคือ ช่วง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 7.3 และช่วง 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 1.9 และช่วง 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 1.5 และ ช่วง 04:01-08:00คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่ามีค่า ระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.742 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.742 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.1.4 ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

H_1 : ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 54 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก จำแนกตามทศนคติที่มีต่อการคอลล์มด้านเนื้อหา

ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มด้านเนื้อหา		การเป็นสมาชิก		รวม
		เป็นสมาชิก	ไม่เป็นสมาชิก	
ระดับทศนคติเชิงลบ	จำนวน	3	2	5
	ร้อยละ	0.6	0.4	1.0
ระดับทศนคติเป็นกลาง	จำนวน	59	141	200
	ร้อยละ	12.3	29.4	41.8
ระดับทศนคติในเชิงบวก	จำนวน	110	164	274
	ร้อยละ	23.0	34.2	57.2
รวม	จำนวน	172	307	479
	ร้อยละ	35.8	64.1	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 6.968$	Sig.(2-sided) = 0.031
Cramers'V = 0.121	

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่ หรือคิดเป็นร้อยละ 0.6 มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการไม่เป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่ หรือคิดเป็นร้อยละ 29.4 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 34.2 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.031 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.031 < 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramers'V พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา ได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก ในขนาด เท่ากับ 0.121 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับที่ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2.1 ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ตาราง 55 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์

ตัวแปร	ความถี่ในการใช้บริการ (ครั้ง / สัปดาห์)					
	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	p
ทัศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	33.316	16.658	0.446	0.641
	ภายในกลุ่ม	474	17716.231	37.376		
	รวม	476	17748.547			

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์ www.dek-d.com ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.641 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2.2 ทัศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

H_1 : ทัศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 56 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์

ทัศนคติที่มีต่อการบริการ คอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์		ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม
		ไม่เกิน 15 นาที	15 นาที – 30 นาที	30 นาที – 1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง	
ระดับทัศนคติเชิงลบ	จำนวน	0	3	1	2	0	6
	ร้อยละ	0	0.6	0.2	0.4	0	1.3
ระดับทัศนคติเป็นกลาง	จำนวน	11	45	47	32	21	156
	ร้อยละ	2.3	9.4	9.9	6.7	4.4	32.7
ระดับทัศนคติในเชิงบวก	จำนวน	12	79	82	90	52	315
	ร้อยละ	2.5	16.6	17.2	18.9	10.9	66.0
รวม	จำนวน	23	127	130	124	73	477
	ร้อยละ	4.8	26.6	27.3	26.0	15.3	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 9.557$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.298$$

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ ต่อพฤติกรรมด้านระยะเวลาการใช้งานเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.6 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที – 30 นาที รองลงมาคือ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.4 ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 9.9 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที – 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 9.4 และถัดมาคือ ช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมงคิดเป็นร้อยละ 6.7 มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 4.4 และไม่เกิน 15 นาทีคิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 18.9 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 17.2 และถัดมาคือ 15 นาที – 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 16.6 มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 10.9 และไม่เกิน 15 นาทีคิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่ามีค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.298 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.298 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2.3 ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

H_1 : ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะทำการทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 57 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ จำแนกตามทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์

ทศนคติที่มีต่อบริการ คอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์		ช่วงเวลาที่ให้บริการ						รวม
		08:01- 12:00	12:01- 16:00	16:01- 20:00	20:01- 24:00	00:01- 04:00	04:01- 08:00	
ระดับทศนคติเชิงลบ	จำนวน	0	0	4	1	1	0	6
	ร้อยละ	0	0	0.8	0.2	0	0	1.3
ระดับทศนคติเป็น กลาง	จำนวน	9	21	58	62	4	2	156
	ร้อยละ	1.9	4.4	12.2	13.0	0.8	0.4	32.7
ระดับทศนคติในเชิง บวก	จำนวน	14	39	130	121	9	2	315
	ร้อยละ	2.9	8.2	27.3	25.4	1.9	0.4	66.0
รวม	จำนวน	23	60	192	184	14	4	477
	ร้อยละ	4.8	12.6	40.3	38.6	2.9	8	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 8.331$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.597$$

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.8 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 13.0 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 12.2 ถัดมาคือ 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 4.4 และ 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 1.9 และ 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 0.8 และ 04:01-08:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 27.3 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 25.4 ถัดมาคือ 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 8.2 และ 08:01-12:00 คิดเป็นร้อยละ 2.9 และ 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 1.9 และ 04:01-08:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.597 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.597 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2.4 ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

H_1 : ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 58 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์

ทัศนคติที่มีต่อการ คอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์		การเป็นสมาชิก		รวม
		เป็นสมาชิก	ไม่เป็นสมาชิก	
ระดับทัศนคติเชิงลบ	จำนวน	2	4	6
	ร้อยละ	0.4	0.8	1.2
ระดับทัศนคติเป็น กลาง	จำนวน	54	102	156
	ร้อยละ	11.3	21.4	32.7
ระดับทัศนคติในเชิง บวก	จำนวน	115	200	315
	ร้อยละ	24.1	41.9	66.0
รวม	จำนวน	171	306	477
	ร้อยละ	35.8	64.2	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 0.179$	Sig.(2-sided) = 0.914
------------------	-----------------------

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบทัศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 0.8 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 21.4 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 41.9 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 24.1 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.914 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.914 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com การสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3.1 ทัศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ (Commerce) มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติที่มีต่อการคอลล์ด้านการพาณิชย์ที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ทศนคติที่มีต่อการคอลล์ด้านการพาณิชย์ที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ตาราง 59 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการคอลล์ด้านการพาณิชย์

ตัวแปร	ความถี่ในการใช้บริการ (ครั้ง / สัปดาห์)					
	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	p
ทัศนคติที่มีต่อการคอลล์ด้านการพาณิชย์	ระหว่างกลุ่ม	2	33.881	16.941	0.451	0.638
	ภายในกลุ่ม	470	17671.201	37.598		
	รวม	472	17705.082			

จากตาราง 59 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อการคอลล์ด้านการพาณิชย์ ต่อพฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์ www.dek-d.com ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.638 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อการคอลล์ด้านการพาณิชย์ ที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3.2 ทศนคติที่มีต่อการคอลล์ด้านการพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติที่มีต่อการคอลล์ด้านการพาณิชย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

H_1 : ทศนคติที่มีต่อการคอลล์ด้านการพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 60 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยจำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์

ทัศนคติที่มีต่อการบริการ คอลล์มน์ด้านการพาณิชย์		ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม
		ไม่เกิน 15 นาที	15 นาที – 30 นาที	30 นาที – 1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง	
ระดับทัศนคติเชิงลบ	จำนวน	1	9	6	11	6	33
	ร้อยละ	0.2	1.9	1.3	2.3	1.3	7.0
ระดับทัศนคติเป็นกลาง	จำนวน	17	74	78	64	32	265
	ร้อยละ	3.6	15.6	16.5	13.5	6.8	56.0
ระดับทัศนคติในเชิงบวก	จำนวน	5	45	45	48	32	175
	ร้อยละ	1.1	9.5	9.5	10.1	6.8	37.0
รวม	จำนวน	23	128	129	123	70	473
	ร้อยละ	4.9	27.1	27.3	26.0	14.8	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 8.979$	Sig.(2-sided) = 0.344
------------------	-----------------------

จากตาราง 60 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ ต่อพฤติกรรมด้านช่วงเวลาการให้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 2.3 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.9 ถัดมาเป็น ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง และ มากกว่า 2 ชั่วโมง เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 1.3 และไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 16.5 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 15.6 ถัดมาเป็น ช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 13.5 และ มากกว่า 2 ชั่วโมง เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 6.8 และไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 10.1 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที และ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 9.5 ถัดมาเป็น มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 6.8 และไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มี ค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.344 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.344 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3.3 ทศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

H_1 : ทศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 61 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ จำแนกตามทศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์

ทศนคติที่มีต่อการ คอลล์มน์ด้านการพาณิชย์		ช่วงเวลาที่ให้บริการ						รวม
		08:01- 12:00	12:01- 16:00	16:01- 20:00	20:01- 24:00	00:01- 04:00	04:01- 08:00	
ระดับทศนคติเชิงลบ	จำนวน	1	4	12	15	0	1	33
	ร้อยละ	0.2	0.8	2.5	3.2	0	0.2	7.0
ระดับทศนคติเป็น กลาง	จำนวน	15	32	100	110	7	1	265
	ร้อยละ	3.2	6.8	21.1	23.3	1.5	0.2	56.0
ระดับทศนคติในเชิง บวก	จำนวน	7	23	80	57	6	2	175
	ร้อยละ	1.5	4.9	16.9	12.1	1.3	0.4	37.0
รวม	จำนวน	23	59	192	182	13	4	473
	ร้อยละ	4.9	12.5	40.6	38.6	2.7	8	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 9.333$	Sig.(2-sided) = 0.501
------------------	-----------------------

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบทศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 3.2 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 2.5 ช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 0.8 ช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 08:01-12:00 และ 04:01-08:00 เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 23.3 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 21.1 ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 6.8 ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 08:01 -12:00 เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 3.2 และ 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 1.5 และ 04:01-08:00 คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 16.9 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 12.1 ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 4.9 ช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 08:01 -12:00 เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 1.5 และ 00:01-04:00 คิดเป็นร้อยละ 1.3 และ 04:01-08:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มีค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.501 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.501 > 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์ด้านการพาณิชย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3.4 ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์ด้านการพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์ด้านการพาณิชย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

H_1 : ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์ด้านการพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 62 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์

ทัศนคติที่มีต่อการบริการ คอลล์มน์ด้านการพาณิชย์		การเป็นสมาชิก		รวม
		เป็นสมาชิก	ไม่เป็นสมาชิก	
ระดับทัศนคติเชิงลบ	จำนวน	16	17	33
	ร้อยละ	3.4	3.6	7.0
ระดับทัศนคติเป็น กลาง	จำนวน	89	176	265
	ร้อยละ	18.8	37.2	56.0
ระดับทัศนคติในเชิง บวก	จำนวน	65	110	175
	ร้อยละ	13.7	23.3	37.0
รวม	จำนวน	170	303	477
	ร้อยละ	35.9	64.1	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 3.004$	Sig.(2-sided) = 0.223
------------------	-----------------------

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 3.6 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิกคิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 37.2 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 18.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 23.3 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi – square Test) พบว่า มีค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.223 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.223 < 0.05$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ และการสมัครเป็นสมาชิก
2. เพื่อศึกษาลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต
3. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยจำแนกทัศนคติในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce)
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตกับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการคือ ผู้ให้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการให้บริการเว็บไซต์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจทั่วไป ที่ต้องการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ด้านทัศนคติที่มีต่อการบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา เพื่อการพัฒนาต่อไป

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com
2. ทัศนคติที่มีต่อการบริการคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com หรือ www.dekdee.com ซึ่งจำนวนเฉลี่ยของผู้ใช้เว็บไซต์ตั้งแต่เดือนมกราคม-มิถุนายน 2546 เมื่อนำมาเฉลี่ยต่อเดือนจะอยู่ที่ประมาณ 103,190 คนต่อเดือน (สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ. สปร. : <http://truehits.net/stat.php?login=notedekdee>)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com หรือ www.dekdee.com โดยที่ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้จากสูตร โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 0.05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 398.45 ในทางปฏิบัติจะกำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผู้วิจัยได้ทำการสำรองไว้ 20% เพื่อป้องกันกรณีแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดรวมเป็น 480 คน

การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความเป็น (Non-Probability Sampling) และเลือกสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience sampling) โดยในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการออกแบบสอบถามผ่านอินเทอร์เน็ต โดยได้จัดทำแบบสอบถามออนไลน์โดยลิงค์ไปในเว็บไซต์ (Web page) ของเว็บไซต์ www.dek-d.com และให้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้ใช้บริการของเว็บไซต์ www.dek-d.com คลิกเข้าไปตอบแบบสอบถามได้ตรง ๆ ซึ่งข้อมูลในการตอบ จะถูกส่งกลับมายังฐานข้อมูล (Database) ที่ผู้วิจัยได้เตรียมไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ หรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการศึกษา โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสอบถามออนไลน์ที่จัดทำเป็นเว็บเพจ (Questionnaire web page) และให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามผ่านคอมพิวเตอร์ ขณะที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต โดยผู้วิจัยได้ทำการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีลักษณะเป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือกได้ 2 ทาง (Dichotomous question) จำนวน 1 ข้อ คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 4 ข้อ และเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question) จำนวน 1 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com จำนวน 5 ข้อ ซึ่งมีลักษณะคำถามที่แตกต่างกัน ได้แก่ คำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) จำนวน 1 ข้อ คำถามที่มีคำตอบให้เลือกได้ 2 ทาง (Dichotomous question) จำนวน 1 ข้อ และแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 2 ข้อ และ คำถามที่ให้ใส่ลำดับที่ในคำตอบ (Rank question) จำนวน 1 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการบริการในคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยแบ่งเป็นคำถามในด้านต่าง ๆ และให้ผู้ตอบเลือกตอบเฉพาะคอลล์มน์ที่เคยใช้บริการเท่านั้น แบ่งเป็น 3 ตอนย่อย รวมคำถามทั้งหมด 50 ข้อย่อย ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 3.1 ด้านเนื้อหา (Content) ประกอบด้วยคอลล์มน์ Knowledge, Entertain, HotTutor, Fashion และ TutorCenter จำนวนคอลล์มน์ละ 6 ข้อ รวมทั้งหมด 30 ข้อย่อย

ตอนที่ 3.2 ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ประกอบด้วยคอลล์มน์ Board, Chat, MSNhall และ ICQhall จำนวนคอลล์มน์ละ 5 ข้อ รวมทั้งหมด 15 ข้อย่อย

ตอนที่ 3.3 ด้านการพาณิชย์ (Commerce) ประกอบด้วยคอลล์มน์ D-mobile จำนวน 5 ข้อย่อย

โดยลักษณะของแบบสอบถาม เป็นคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Semantic Differential Scale ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งระดับของทัศนคติออกเป็น 5 ระดับซึ่งมีการเรียงลำดับคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 ไปจนถึงคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 1 โดยคำถามที่ผู้ตอบจะต้องตอบให้ตรงกับทัศนคตินั้น จะมีคำตอบกำหนดเอาไว้ในแต่ละข้างของระดับคะแนนสูงสุดและคะแนนต่ำสุด โดยมีคุณลักษณะของสิ่งที่กำลังถูกวัดอยู่ในลักษณะตรงกันข้ามกัน เรียกว่า Bipolar Adjective.

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ซึ่งสามารถคำนวณจากสูตรดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2542 : 100)

ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 หมายถึง ระดับทัศนคติในเชิงบวก

ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 หมายถึง ระดับทัศนคติเป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 หมายถึง ระดับทัศนคติในเชิงลบ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา www.dek-d.com โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้า จากหนังสือ วารสาร เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น ด้านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตกับการตลาด และพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 480 คน โดยจัดทำแบบสอบถามในรูปของเว็บเพจ (Web pages) รวมถึงแจ้งให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบถึงวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และนำลิงค์ไปลงบนเว็บไซต์ www.dek-d.com ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามโดยผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้อง และสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. นำเอาข้อมูลแบบสอบถามจากฐานข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากอินเทอร์เน็ตมาทำการประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS for Window Version 10.0 (Statistical Package for Social Sciences)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบสอบถามในข้อที่ 1 - 6 และตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ข้อที่ 2 - 6

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ข้อที่ 1 และตอนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) รวมทั้งหมด 50 ข้อ

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ข้อที่ 1 และตอนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) รวมทั้งหมด 50 ข้อ

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติดังนี้

2.1 การทดสอบค่า t-test เป็นการหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้ในการทดสอบข้อมูลประเภทนามบัญญัติในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้สูตร t-test Independent

2.2 การทดสอบค่า Chi - Square (χ^2 - test) ใช้ในการทดสอบข้อมูลประเภทนามบัญญัติในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 2 โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงษ์รัตน์. 2541 : 212) และทำการทดสอบเพิ่มเติมเมื่อ Chi-square มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V และ Somer's d

สถิติ Cramer's V ใช้ทำการวัดขนาดความสัมพันธ์ เมื่อมีตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งหรือทั้งสองตัวเป็น Nominal

สถิติ Somer's d ใช้ทำการวัดขนาดความสัมพันธ์ เมื่อมีตัวแปรทั้งสองตัวเป็น Ordinal โดยใช้

ทั้งนี้โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (บุญธรรม กิจปรีดาภิรัช. 2543 : 348) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.71 - 1.00	หมายความว่า	มีความสัมพันธ์ระดับ สูง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.31 - 0.70	หมายความว่า	มีความสัมพันธ์ระดับ ปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.00 - 0.30	หมายความว่า	มีความสัมพันธ์ระดับ ต่ำ

2.3 การทดสอบค่า F-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 2

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็น

รายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 333)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต : กรณีศึกษา www.dek-d.com ผู้วิจัยขอเสนอสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลการวิเคราะห์ โดยเป็นข้อมูลเชิงพรรณนาประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานที่อยู่ปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลการวิเคราะห์ โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลการวิเคราะห์ โดยเป็นข้อมูลเชิงพรรณนาประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานที่อยู่ปัจจุบัน สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

1.1 เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมาเป็นเพศชาย โดยมีจำนวน 310 และ 170 คน ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 64.60 และ ร้อยละ 35.40 ตามลำดับ

1.2 อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีอายุ 15 ปี – 18 ปี รองลงมาก็คือ กลุ่มผู้มีอายุสูงกว่า 19 ปี และ ต่ำกว่า 14 ปี ตามลำดับ โดยมีจำนวน 238, 136 และ 106 คนตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 49.60, 28.30 และ 22.10 ตามลำดับ

1.3 ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย รองลงมาก็คือ ระดับปริญญาตรี, มัธยมศึกษาตอนต้น, ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น, อนุปริญญา, ปวช. และ สูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ โดยมีจำนวน 170,148,121,13,12,9 และ 7 คน ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 35.40,30.80,25.20,2.70,2.50,1.90 และ 1.50 ตามลำดับ

1.4 ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีที่อยู่ปัจจุบันในกรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี รองลงมาก็คือ จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี, อยู่นอกประเทศไทย เช่น สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ นิวซีแลนด์ มาเลเซีย ออสเตรเลีย, จังหวัดในภาคเหนือ, จังหวัดในภาคใต้, จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ,จังหวัดในภาคตะวันออก ตามลำดับ โดยมีจำนวน 374,35,17,16,16,15 และ 7 คน ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 7.90,7.30,3.50,3.30,3.30,3.10 และ 1.50 ตามลำดับ

1.5 สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน รองลงมาก็คือ ใช้อินเทอร์เน็ตจากสถานศึกษา, ใช้อินเทอร์เน็ตจากสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Café), ใช้อินเทอร์เน็ตจากที่ทำงาน ตามลำดับ โดยมีจำนวน 386,75,14 และ 5 คน ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 80.40,15.60,2.90 และ 1.10 ตามลำดับ

1.6 ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี – 3 ปี รองลงมาก็คือ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 3 ปี – 5 ปี, ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 5 ปี และ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 1 ปี ตามลำดับ โดยมีจำนวน 183,175,105 และ 17 คน ตามลำดับ หรือ คิดเป็นร้อยละ 38.10,36.50,21.90 และ 3.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ของผู้ตอบแบบสอบถามผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

2.1 ความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความถี่ในการใช้บริการ www.dek-d.com เฉลี่ย 6.44 ครั้งต่อสัปดาห์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการ www.dek-d.com ต่ำสุด 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีความถี่ในการใช้บริการ www.dek-d.com สูงสุด 60 ครั้งต่อสัปดาห์

2.2 ระยะเวลาที่ใช้บริการโดยเฉลี่ย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ย 15 นาที – 30 นาที รองลงมาก็คือ มีระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ย 30 นาที – 1 ชั่วโมง,มีระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ย 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง, มีระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ย มากกว่า 2 ชั่วโมง และ มีระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ย น้อยกว่า 15

นาที่ ตามลำดับ โดยมีจำนวน 130,130,124,73 และ 23 คน ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ

27.10,27.10,25.80,15.20 และ 4.80 ตามลำดับ

2.3 ช่วงเวลาในการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีช่วงเวลาในการให้บริการ ช่วง 16:01-20:00 น.(เย็นถึงหัวค่ำ) รองลงมาคือ ช่วง 20:01-24:00 น. (หัวค่ำถึงดึก), ช่วง 12:01-16:00 น. (บ่าย), ช่วง 8:01-12:00 น. (เช้าถึงเที่ยง), ช่วง 00:01-4:00 น. (ดึก) และ ช่วง 4:01-8:00 น. (เช้านี้) ตามลำดับ โดยมีจำนวน 194,185,60,23,14 และ 4 คน ตามลำดับ หรือ คิดเป็นร้อยละ 40.40,38.50,12.50,4.80,2.90 และ 0.80 ตามลำดับ

2.4 การสมัครเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ www.dek-d.com รองลงมาคือ เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยมีจำนวน 308 และ 172 คน ตามลำดับ หรือ คิดเป็นร้อยละ 64.20 และ 35.80 ตามลำดับ

2.5 เลือกใช้งานคอลัมน์น้อยมากที่สุดเป็นอันดับ 1,2,3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการเลือกใช้งานคอลัมน์ต่าง ๆ น้อยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่คอลัมน์ Board รองลงมาคือ คอลัมน์ MSNhall&ICQhall, และ คอลัมน์ Entertain ตามลำดับ โดยมีจำนวน 229,157 และ 46 คน ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 47.81,32.78 และ 9.60 ตามลำดับ โดยที่คอลัมน์ที่มีคนใช้น้อยที่สุดได้แก่ คอลัมน์ D-mobile ซึ่งไม่มีผู้ตอบเลือกใช้งานคอลัมน์นี้เลย

เลือกใช้งานคอลัมน์น้อยมากที่สุดเป็นอันดับ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการเลือกใช้งานคอลัมน์ต่าง ๆ น้อยมากที่สุดเป็นอันดับ 2 ได้แก่คอลัมน์ Entertain มากที่สุด รองลงมาคือ คอลัมน์ MSNhall&ICQhall, คอลัมน์ Board โดยมีจำนวน 110,97 และ 92 คน ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 23.40,20.64 และ 19.57ตามลำดับ โดยที่คอลัมน์ที่มีคนใช้น้อยที่สุดได้แก่ คอลัมน์ D-mobile มีจำนวน 10 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.13

เลือกใช้งานคอลัมน์น้อยมากที่สุดเป็นอันดับ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการเลือกใช้งานคอลัมน์ต่าง ๆ น้อยมากที่สุดเป็นอันดับ 3 ได้แก่คอลัมน์ Entertain มากที่สุด รองลงมาคือ คอลัมน์ Knowledge และ คอลัมน์ Fashion ตามลำดับ โดยมีจำนวน 119,67 และ 58 คน ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 25.70,14.47 และ 12.53 ตามลำดับ โดยที่คอลัมน์ที่มีคนใช้น้อยที่สุดได้แก่ คอลัมน์ TutorCenter มีจำนวน 22 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.75

ตอนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อการบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับของทัศนคติโดยรวมอยู่ในเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติด้านเนื้อหา และด้านการปฏิสัมพันธ์ อยู่ในเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และ 3.95 ตามลำดับ แต่มีทัศนคติก้ำกึ่งในด้านการพาณิชย์ อยู่ในระดับเป็นกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 โดยสามารถจำแนกเป็น 3 ด้านได้ดังนี้

3.1 ทัศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อการบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติด้านเนื้อหาโดยรวมต่อการบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ อยู่ในระดับเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.76 โดยพิจารณารายคอลัมน์ได้ดังนี้

3.1.1 ทศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Knowledge พบว่า ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ที่ 3.82 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทศนคติด้านเนื้อหาต่อบริการคอลัมน์ Knowledge มีลักษณะค่อนข้างไปทาง มีประโยชน์, ทนสมัย, ง่ายต่อการเข้าใจ, น่าสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.93,3.90,3.90 และ 3.85 ตามลำดับ แต่มีทศนคติก้ำกึ่งในด้านการปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ และ ตรงต่อความต้องการโดยมีค่าเฉลี่ย 3.67 และ 3.65 ตามลำดับ

3.1.2 ทศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Entertain พบว่า ทศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Entertain โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทศนคติด้านเนื้อหาต่อบริการคอลัมน์ Entertain มีลักษณะค่อนข้างไปทาง ทนสมัย, น่าสนใจ, ง่ายต่อการเข้าใจ, ตรงต่อความต้องการ, ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ และ มีประโยชน์ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02,3.99,3.96,3.80,3.80 และ 3.78 ตามลำดับ

3.1.3 ทศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ HotTutor พบว่า ทศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ HotTutor โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทศนคติด้านเนื้อหาต่อบริการคอลัมน์ HotTutor มีลักษณะค่อนข้างไปทาง มีประโยชน์, ง่ายต่อการเข้าใจ, ทนสมัย และ น่าสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79,3.74,3.72 และ 3.72 ตามลำดับ แต่มีทศนคติก้ำกึ่งในด้าน ตรงต่อความต้องการ และ ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอโดยมีค่าเฉลี่ย 3.63 และ 3.55 ตามลำดับ

3.1.4 ทศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Fashion พบว่า ทศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Fashion โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทศนคติด้านเนื้อหาต่อบริการคอลัมน์ Fashion มีลักษณะค่อนข้างไปทาง ง่ายต่อการเข้าใจ, น่าสนใจ, ทนสมัยและ มีประโยชน์ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.76,3.75,3.71 และ 3.68 ตามลำดับ แต่มีทศนคติก้ำกึ่งในด้านการตรงต่อความต้องการและ ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.61 และ 3.57 ตามลำดับ

3.1.5 ทศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ TutorCenter พบว่า ทศนคติด้านเนื้อหาที่มีต่อบริการในคอลัมน์ TutorCenter โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทศนคติด้านเนื้อหาต่อบริการคอลัมน์ TutorCenter มีลักษณะค่อนข้างไปทาง มีประโยชน์, ง่ายต่อการเข้าใจ, ทนสมัย และ น่าสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.81,3.74,3.71 และ 3.69 ตามลำดับ แต่มีทศนคติก้ำกึ่งไปในด้านการตรงต่อความต้องการ และ ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.66 และ 3.58 ตามลำดับ

3.2 ทศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์โดยรวมต่อบริการในคอลัมน์ต่าง ๆ อยู่ในระดับเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.95 โดยพิจารณารายคอลัมน์ได้ดังนี้

3.2.1 ทศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Board พบว่า ทศนคติการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลัมน์ Board โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกจำนวน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ต่อบริการคอลัมน์ Board มีลักษณะค่อนข้างไปทาง สนุก เพลิดเพลิน, น่าสนใจ, ใช้งานได้ง่าย, ใช้อย่างไรก็ได้ และ ใช้งานได้รวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31,4.24,4.18,4.15 และ 3.96 ตามลำดับ

3.2.2 ทศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลล์มน์ Chat พบว่า ทศนคติการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลล์มน์ Chat โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลางโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ต่อบริการคอลล์มน์ MSNhall & ICQhall มีลักษณะก้ำกึ่งในด้านความ น่าสนใจ, สนุก เฟลิดเฟลิน, ใช้งานได้ง่าย, ใช้งานได้รวดเร็ว, และ ใช้แล้ว อยากใช้อีก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.65,3.65,3.60,3.54 และ 3.50 ตามลำดับ

3.2.3 ทศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลล์มน์ MSNhall & ICQhall พบว่า ทศนคติการปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบริการในคอลล์มน์ MSNhall & ICQhall โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์ต่อบริการคอลล์มน์ MSNhall & ICQhall มีลักษณะค่อนข้างไปทาง ใช้งานได้ง่าย, ใช้งานได้รวดเร็ว, น่าสนใจ, สนุก เฟลิดเฟลิน และ ใช้แล้ว อยากใช้อีก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.21,4.13,4.08,4.03 และ 4.03 ตามลำดับ

3.3 ทศนคติด้านการพาณิชย์ที่มีต่อบริการในคอลล์มน์ D-mobile

ทศนคติด้านการพาณิชย์ที่มีต่อบริการในคอลล์มน์ D-mobile พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติด้านการพาณิชย์ต่อบริการในคอลล์มน์ D-mobile อยู่ในระดับเป็นกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับทัศนคติด้านการพาณิชย์ต่อบริการคอลล์มน์ D-mobile มีลักษณะก้ำกึ่งในด้านความ มีแบบให้เลือกหลากหลาย, น่าสนใจ, สะดวกในการซื้อ, ได้รับอย่างรวดเร็ว และมีราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.67,3.56,3.44,3.35 และ 3.30 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตกับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ดังนี้

1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

1.1.1 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจะมีความถี่ในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง และมีค่าเฉลี่ยความถี่เท่ากับ 7.30 และ 5.96 ครั้งต่อสัปดาห์ตามลำดับ

1.1.2 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 9.4 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที-30 นาที รองลงมาคือ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 8.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 18.8 รองลงมาคือ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมงและ 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 17.7 ตามลำดับ

1.1.3 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ช่วงเวลาที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 15.4 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 13.1 และผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 27.3 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 23.1 ตามลำดับ

1.1.4 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 23.8 ไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือที่สมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 11.7 และผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 40.4 ไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือที่สมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 24.2 ตามลำดับ

1.2 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

1.2.1 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี อายุ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ ระหว่าง 15 – 18 ปี มีความแตกต่างจาก ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 19 โดยผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 19 ปีใช้บริการมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระหว่าง 15 – 18 ปี จำนวน 1.42 ครั้งต่อสัปดาห์

1.2.2 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 14 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 6.7 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 6.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระหว่าง 15 – 18 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 13.8 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที และ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 19 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 8.8 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 7.7

1.2.3 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 14 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 12.1 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 7.7 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระหว่าง 15 – 18 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 20.6 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 19.8 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 19 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 10.2 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 8.5

1.2.4 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 14 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 11.5 มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือที่ไม่สมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 10.6 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระหว่าง 15 – 18 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 33.3 ไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือที่สมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 19 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 20.2 ไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือที่สมัครเป็นสมาชิกคิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

1.3 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

1.3.1 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3.2 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.0 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง และ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.6 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 8.5 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที – 30 นาทีคิดเป็นร้อยละ 7.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปวช. ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.6 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ ช่วง 15 นาที – 30 นาที และ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.8 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที – 30 นาที รองลงมาคือช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง และ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.6 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 9.4 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือช่วง 15 นาที – 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 7.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 0.8 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือช่วง 15 นาที – 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.4

1.3.3 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยมีความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.7 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 0.6 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 12.5 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง

20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 10.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่ หรือ คิดเป็นร้อยละ 15.2 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการ ระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 14.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปวช. ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็น ร้อยละ 0.8 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 08:01-12:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 0.6 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 12.3 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 9.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.6 มี ช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 และ 12:01-16:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

1.3.4 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่หรือคิด เป็นร้อยละ 1.5 ไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือมีการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 1.3 ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 13.1 มีการสมัครเป็น สมาชิก รองลงมาคือไม่สมัครเป็นสมาชิกคิดเป็นร้อยละ 12.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 24.2 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็น สมาชิกคิดเป็นร้อยละ 13.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปวช. ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 1.7 มี การไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 0.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับ การศึกษา อนุปริญญา ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 1.9 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็น สมาชิก คิดเป็นร้อยละ 0.6 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 22.1 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ และ 8.8 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 0.8 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือ สมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

1.4 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

1.4.1 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้ บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

1.4.2 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 22.1 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 21.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยใน

ปัจจุบัน ใน จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ส่วนใหญ่ หรือ คิดเป็นร้อยละ 2.7 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.7 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน จังหวัดในภาค ตะวันออก ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.8 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที-30 นาที รองลงมาคือ ไม่เกิน 15 นาที และ 30 นาที – 1 ชั่วโมง และ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง มีค่าเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 0.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน จังหวัดในภาคเหนือ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.0 มี ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิด เป็นร้อยละ 0.8 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน จังหวัดในภาคใต้ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อย ละ 1.3 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที -30 นาที และ มากกว่า 2 ชั่วโมง มีค่าเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 0.6 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ ในช่วง ช่วง 15 นาที -30 นาที รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.8 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่ อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน นอกประเทศไทย ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อ ครั้งอยู่ในช่วง ช่วง 15 นาที -30 นาที และ มากกว่า 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อย ละ 0.8

1.4.3 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการ อยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 30.6 ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 3.1 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 12:01-16:00 และ 16:01-20:00 มีค่าเท่ากับ คิดเป็นร้อยละ 1.7 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคตะวันออก ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.8 มี ช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 08:01-12:00 และ 12:01-16:00 และ 00:01-04:00 มีค่าเท่ากับ คิดเป็นร้อยละ 0.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ใน จังหวัดในภาคเหนือ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 12:01-16:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 1.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัย ในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคใต้ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 20:01- 24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 1.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่ อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีช่วงเวลาที่ใช้ บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 1.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน นอกประเทศไทย ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.5 มี ช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็น ร้อยละ 0.8

1.4.4 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 50.2 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 20.7 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 5.4 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 1.9 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคตะวันออก ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 1.0 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 0.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคเหนือ ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 2.1 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคใต้ ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 2.5 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 0.8 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 2.1 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 1.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันใน นอกประเทศไทย ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 2.7 มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือไม่สมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

1.5 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

1.5.1 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

1.5.2 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่บ้าน ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 22.1 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 21.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่ทำงาน ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.6 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที -30 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่สถานศึกษา ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 4.8 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที -30 นาที รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต จากสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Café) ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.0 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง มากกว่า 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ ช่วง 15 นาที -30 นาที กับ 30 นาที – 1 ชั่วโมง และ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง ซึ่งมีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.6

1.5.3 ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่บ้าน ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 35.6 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 35.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่ทำงาน ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.4 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 12:01-16:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 08:01-12:00 และ 16:01-20:00 และ 00:01-04:00 มีค่าเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 0.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต สถานศึกษา ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 6.7 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 12:01-16:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 3.8 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต จากสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต(Internet Café) ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีช่วงเวลาที่ให้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 12:01-16:00 คิดเป็นร้อยละ 0.8

1.5.4 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่บ้าน ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 47.3 ไม่มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือมีการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 33.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่ทำงาน ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 0.8 ไม่มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือมีการสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 0.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต จากสถานศึกษา ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 13.8 ไม่มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือมีการสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 1.9 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต จากสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Café) ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 2.3 ไม่มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือ การสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

1.6 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

1.6.1 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.6.2 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที - 30 นาที และ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง มีค่าเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 0.8 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี – 3 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 10.2 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที -30 นาที คิดเป็นร้อยละ 10.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 3 ปี – 5 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 11.5 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที -30 นาที รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 10.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี

ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 5 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 6.3 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ มากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.2

1.6.3 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี – 3 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 15.6 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 14.8 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 3 ปี – 5 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 15.8 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 13.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 5 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 8.3 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 8.1

1.6.4 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 3.1 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 0.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี – 3 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 25.8 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 12.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 3 ปี – 5 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 22.5 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 14.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 5 ปี ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 12.7 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) ด้านการพาณิชย์ (Commerce) กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ดังนี้

2.1 ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา (Content) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

2.1.1 ทศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.1.2 ทศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.4 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที -30 นาที และมากกว่า 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 12.9 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที -30 นาที รองลงมาคือ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 12.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 16.9 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 14.4

2.1.3 ทศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.6 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 0.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 17.3 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 14.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 23.6 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 22.5

2.1.4 ทศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 0.6 มีการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการไม่สมัคร คิดเป็นร้อยละ 0.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 29.4 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 12.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านเนื้อหาโดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 34.2 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก โดยคิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ

2.2 ทศนคติที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

2.2.1 ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2.2 ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์นด้านการปฏิสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อบริการคอลล์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.6 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 15 นาที -30 นาที รองลงมาคือ 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อบริการคอลล์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 9.9 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที –30 นาที คิดเป็นร้อยละ 9.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อบริการคอลล์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวกส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 18.9 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 17.2

2.2.3 ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.8 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือ ช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 0.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 13.0 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 12.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 27.3 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ให้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 25.4

2.2.4 ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านการปฏิสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com การสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อบริการคอลล์มีด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 0.8 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิกคิดเป็นร้อยละ 0.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อบริการคอลล์มีด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 21.4 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 11.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อบริการคอลล์มีด้านการปฏิสัมพันธ์โดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวกส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 41.9 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 24.1 ตามลำดับ

2.3 ทศนคดีที่มีต่อบริการคอลล์ม้นด้านการพาณิชย์ (Commerce) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

2.3.1 ทศนคดีที่มีต่อบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3.2 ทักษะที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 2.3 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.9 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 16.5 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 15.6 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 10.1 มีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 15 นาที-30 นาที และ ช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 9.5

2.3.3 ทักษะที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 3.2 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 2.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 23.3 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 20:01-24:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 16:01-20:00 คิดเป็นร้อยละ 21.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติในเชิงบวก ส่วนใหญ่หรือ คิดเป็นร้อยละ 16.9 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 16:01-20:00 รองลงมาคือช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 20:01-24:00 คิดเป็นร้อยละ 12.1

2.3.4 ทักษะที่มีต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 3.6 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิกคิดเป็นร้อยละ 3.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติเป็นกลาง ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 37.2 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 18.8 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติต่อการบริการคอลล์มน์ด้านการพาณิชย์โดยมี ระดับทัศนคติเชิงลบ ส่วนใหญ่หรือคิดเป็นร้อยละ 23.3 มีการไม่สมัครเป็นสมาชิก รองลงมาคือการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา www.dek-d.com มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2545 ของ ศูนย์เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) เกี่ยวกับลักษณะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตพบว่า ไม่มีความเหลื่อมล้ำทางเพศในการ

เข้าถึงอินเทอร์เน็ตระหว่างกลุ่มหญิงและชาย โดยกลุ่มหญิงจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตน จูมคอม (2546:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ : กรณีศึกษา www.sabuy.com ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แต่ขัดแย้งกับธนัสต์ เกษมไชยานันท์ (2544:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อใช้เว็บไซต์ในกรุงเทพมหานครเป็นเพศชาย และเพศหญิง ในสัดส่วนที่เท่ากัน จากความสอดคล้องและไม่สอดคล้องดังกล่าว น่าจะมาจากสาเหตุของการวิจัยในแต่ละเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้ลักษณะความชอบของผู้ใช้บริการด้านเพศ ก็จะแตกต่างกันไปด้วย เช่นเว็บที่มีกลุ่มเป้าหมายสำหรับเพศหญิง ก็จะมีลักษณะที่มีสีสันสวยงามและมีเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้หญิงสนใจ เป็นต้น

ด้านอายุ พบว่าลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มีการใช้งานเว็บไซต์ www.dek-d.com มีอายุระหว่าง 15 ปีถึง 18 ปี มากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2545 ของ ศูนย์เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) เกี่ยวกับลักษณะของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต พบว่า อายุของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ ร้อยละ 52.2 อยู่ในระหว่าง 20-29 ปี และ ยังไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของรัตน จูมคอม (2546:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ : กรณีศึกษา www.sabuy.com ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 29 ปี สาเหตุที่ไม่สอดคล้องน่าจะมาจาก แต่ละเว็บไซต์มีกลุ่มลูกค้า หรือ กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน บางเว็บไซต์ถูกออกแบบให้กลุ่มเป้าหมายสำหรับเด็ก บางเว็บไซต์ถูกออกแบบให้กลุ่มเป้าหมายสำหรับผู้ใหญ่ สำหรับเว็บไซต์ www.dek-d.com เป็นเว็บไซต์ที่ออกแบบเน้นกลุ่มเป้าหมายสำหรับเด็ก ๆ เป็นส่วนใหญ่

ด้านระดับการศึกษา พบว่าลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มีการใช้งานเว็บไซต์ www.dek-d.com ส่วนใหญ่มีระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2545 ของ ศูนย์เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) เกี่ยวกับลักษณะของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตพบว่า สัดส่วนของกลุ่มผู้ใช้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีแนวโน้มลดลง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้แพร่กระจายไปสู่ระดับการศึกษาอื่น ๆ เพิ่มขึ้น แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของรัตน จูมคอม (2546:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ : กรณีศึกษา www.sabuy.com ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี สาเหตุที่ไม่สอดคล้องน่าจะมาจาก แต่ละเว็บไซต์มีกลุ่มลูกค้า หรือ กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน บางเว็บไซต์ถูกออกแบบให้กลุ่มเป้าหมายสำหรับเด็ก บางเว็บไซต์ถูกออกแบบให้กลุ่มเป้าหมายสำหรับผู้ใหญ่ สำหรับเว็บไซต์ www.dek-d.com เป็นเว็บไซต์ที่ออกแบบเน้นกลุ่มเป้าหมายสำหรับเด็ก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ให้บริการจะมีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ด้านที่อยู่อาศัย พบว่าลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มีการใช้งานเว็บไซต์ www.dek-d.com ส่วนใหญ่ มักอาศัยอยู่ใน กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2545 ของ ศูนย์เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) เกี่ยวกับลักษณะของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตพบว่า กว่า 50 % ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นอกจากนี้จากการวิจัยยังพบว่า มีกลุ่มผู้ให้บริการส่วนหนึ่งคิดเป็นประมาณ 3 % มีการให้บริการจากต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ นิวซีแลนด์ มาเลเซีย ออสเตรเลีย อีกด้วย

ด้านสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตอาศัย พบว่าลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มีการใช้งานเว็บไซต์ www.dek-d.com ส่วนใหญ่มักจะใช้อินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2545 ของ ศูนย์เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) เกี่ยวกับลักษณะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต มีการเชื่อมต่อมาจากที่บ้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของไพบูลย์ สูงกิจบุญ (2545:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการให้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท ในทัศนะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ ที่บ้าน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัสต์ เกษมไชยานันท์ (2544:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการให้บริการเว็บไซต์ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า สถานที่ที่ใช้เว็บไซต์มากที่สุดคือ ที่บ้าน และ ที่ทำงาน

ด้านประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่าลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มีการใช้งานเว็บไซต์ www.dek-d.com ส่วนใหญ่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตตั้งแต่ 1 ปี – 3 ปีขึ้นไป ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนา จูมคอม (2546:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการให้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ : กรณีศึกษา www.sabuy.com ผลการศึกษาพบว่า อยู่ที่ 3 ปี 8 เดือน ของ ธนัสต์ เกษมไชยานันท์ (2544:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการให้บริการเว็บไซต์ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์มาแล้ว 1-2 ปี ซึ่งถือว่ามีค่าใกล้เคียงกัน

2. พฤติกรรมการให้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้าน ความถี่ในการให้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการให้บริการเฉลี่ยอยู่ที่ 6 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยมีผู้ใช้บริการต่ำสุด 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีผู้ใช้บริการ สูงสุดถึง 60 ครั้งต่อสัปดาห์ สอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนา จูมคอม (2546:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการให้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ : กรณีศึกษา www.sabuy.com ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการให้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ www.sabuy.com เฉลี่ย 7.81 ครั้งต่อสัปดาห์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัสต์ เกษมไชยานันท์ (2544:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการให้บริการเว็บไซต์ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้เว็บไซต์โดยเฉลี่ยประมาณสัปดาห์ละ 5.58 ครั้ง

ด้าน ระยะเวลาการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์ www.dek-d.com มีระยะเวลาการใช้งานโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งอยู่ในช่วงตั้งแต่ 15 นาทีจนถึง 1 ชั่วโมง เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนา จูมคอม (2546:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการให้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ : กรณีศึกษา www.sabuy.com ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีระยะเวลาการให้บริการเว็บไซต์เฉลี่ย 1 ชั่วโมง 5 นาที สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัสต์ เกษมไชยานันท์ (2544:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการให้บริการเว็บไซต์ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีระยะเวลาในการใช้เฉลี่ยประมาณครั้งละ 2.44 ชั่วโมง อาจจะเนื่องมาจากกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ www.dek-d.com ส่วนใหญ่เป็นผู้อยู่ในวัยเรียน ซึ่งก็มีภาระทางด้านการเรียนที่จะต้องรับผิดชอบ และ อาจจะถูกควบคุมระยะเวลาการใช้จากผู้ปกครอง ทำให้มีการใช้งานต่อครั้งส่วนใหญ่ไม่เกิน 1 ชั่วโมง

ด้าน ช่วงเวลาที่ให้บริการ พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์ www.dek-d.com มีช่วงเวลาการให้บริการส่วนใหญ่ ในช่วงตั้งแต่ 16:01-24:00 น. ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนัสต์ เกษมไชยานันท์ (2544:บทคัดย่อ)

ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาการใช้บ่อยที่สุด คือ ระหว่างเวลา 20.01 – 24.00 น. และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัสต์ เกษมไชยานันท์ (2544:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาที่มีการใช้บ่อยที่สุด คือ ระหว่างเวลา 20.01 – 24.00 น. โดยสาเหตุที่มีการงานในช่วงเย็น น่าจะมาจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาของกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้หลักของเว็บไซต์ เลิกเรียนและมีเวลาที่จะมาใช้อินเทอร์เน็ต

ด้านการสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีการสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ www.dek-d.com ซึ่งน่าจะมาจากสาเหตุ ของสิ่งจูงใจหรือผลตอบแทน ของการเป็นสมาชิก และไม่เป็นสมาชิกเว็บไซต์ ไม่แตกต่างกันมากนักและอาจจะไม่ทำให้เกิดแรงจูงใจอย่างเพียงพอ ที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมาสมัครเป็นสมาชิก

ด้านการใช้งานคอลัมน์ต่างๆ ของเว็บไซต์ www.dek-d.com บ่อยมากที่สุด พบว่า มีการใช้บริการในคอลัมน์ Board บ่อยมากที่สุด รองลงมาคือ คอลัมน์ MSNhall&ICQhall และ คอลัมน์ Entertain ตามลำดับ โดยทั้งคอลัมน์ Board และ คอลัมน์ MSNhall&ICQhall ต่างก็เป็นคอลัมน์ทางด้าน การปฏิสัมพันธ์ (Community) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้งานชอบที่จะมีการโต้ตอบสื่อสารกับผู้ใช้บริการอื่น ๆ ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของเว็บไซต์ www.dek-d.com ที่ออกแบบคอลัมน์นี้ ได้ถูกใจผู้ใช้บริการ

3. ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com มีทัศนคติโดยรวมต่อบริการคอลัมน์ในด้านเนื้อหา ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านการพาณิชย์ อยู่ในระดับเชิงบวก แต่เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า

3.1 ทัศนคติด้านเนื้อหาโดยรวมต่อบริการในคอลัมน์ต่างๆ อยู่ในระดับเชิงบวก โดยเมื่อพิจารณารายคอลัมน์ พบว่า ในคอลัมน์ Knowledge, Entertain, Fashion, Hot Tutor และ TutorCenter มีทัศนคติระดับเชิงบวก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตน จูมคอม (2546:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ : กรณีศึกษา www.sabuy.com ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติ ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี และ สุวานี ดิเรกวัฒนะ (2538 : 12) กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นสภาวะทางจิตของบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ สถานการณ์ อันเกิดจากสภาพแวดล้อมที่ได้รับในด้านความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก ทั้งเป็นประสบการณ์โดยตรงและการได้รับการถ่ายทอดมาเกี่ยวกับบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์นั้น ๆ ทำให้เกิดความรู้ ความเชื่อ ความรู้สึก มีพลังผลักดันให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงออกตามความรู้สึกเชิงบวก หรือเชิงลบ ต่อบุคคลหรือสิ่งของนั้น ๆ ในด้านบวกหรือด้านลบ โดยผู้รู้สึกสามารถบอกได้ว่า เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ชอบ หรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ ซึ่งสาเหตุที่ทำให้ทัศนคติด้านเนื้อหาโดยรวมต่อบริการในคอลัมน์ต่างๆ อยู่ในระดับเชิงบวก อยู่ น่าจะเป็นผลมาจากความพึงพอใจที่มีต่อ เนื้อหาที่มีประโยชน์ ง่ายต่อการเข้าใจ และเนื้อหาที่มีความทันสมัย ซึ่งตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งก็คือนักเรียน นักศึกษาที่เข้าใช้บริการ

3.2 ทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์โดยรวมต่อบริการในคอลัมน์ต่างๆ อยู่ในระดับเชิงบวก โดยเมื่อพิจารณารายคอลัมน์ พบว่า ในคอลัมน์ Board และคอลัมน์ MSNhall & ICQhall มีระดับทัศนคติเชิงบวก ส่วนคอลัมน์ Chat มีระดับทัศนคติเป็นกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของรัตน จูมคอม (2546:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ : กรณีศึกษา www.sabuy.com ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติ ด้านการปฏิสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง สาเหตุที่ไม่สอดคล้องน่าจะเนื่องมาจากเว็บไซต์ www.dek-d.com มีการ

ออกแบบการให้บริการด้านการปฏิสัมพันธ์ ได้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการมากกว่า โดยเฉพาะในคอลัมน์ Board และคอลัมน์ MSNhall & ICQhall ที่กลุ่มผู้ใช้บริการมีทัศนคติในด้านบวก ในเรื่องของ ความสนุก เพลิดเพลิน, น่าสนใจ, ใช้งานได้ง่าย, ใช้แล้ว อยากใช้อีก และ ใช้งานได้รวดเร็ว ซึ่งเป็นที่นิยมใช้ในการสื่อสารและโต้ตอบกันในหว่างกลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา ทำให้เว็บไซต์มีทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในด้านบวก

3.3 ทัศนคติด้านการพาณิชย์ต่อบริการในคอลัมน์ D-mobile มีระดับทัศนคติเป็นกลาง ซึ่งอาจเนื่องมาจากการที่ตลาดด้านการพาณิชย์ตามเว็บไซต์อื่นๆ มีให้เลือกได้มากมาย ซึ่งสอดคล้องกับ ปรีย วรงค์วานชาติ (2544) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังน้อยอยู่ สาเหตุที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่นิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของเว็บไซต์ในเรื่องข้อมูลส่วนบุคคลและเรื่องการเงิน ไม่มั่นใจในความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ว่ามีอยู่จริงหรือไม่ ไม่มั่นใจในเรื่องความถูกต้องและเวลาของการขนส่งสินค้า การขาดข้อมูลทางด้านภาษีสินค้า การที่ไม่มีความหมายเฉพาะปกป้องผู้ทำการซื้อขายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะการที่ระบบการสื่อสารของเว็บไซต์เองไม่มีเสถียรภาพ ไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร ในส่วนของด้านการพาณิชย์ต่อบริการในคอลัมน์ D-mobile ที่มีระดับทัศนคติเป็นกลางเนื่องจาก สินค้าไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควร และยังไม่น่าสนใจในการซื้อเพียงพอสำหรับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งยังไม่สะดวกในการซื้อ และ ราคาก็ไม่จูงใจที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ รวมถึงความรวดเร็วในการได้รับสินค้า ก็เป็นสาเหตุที่ทำให้ระดับทัศนคติด้านการพาณิชย์ต่อบริการในคอลัมน์ D-mobile มีระดับทัศนคติเป็นกลาง

4. ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประสิทธิภาพการใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยเมื่อพิจารณาตามลักษณะต่างๆ ได้ดังนี้

4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ

ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

ลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก

จะเห็นว่าลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการ โดยพบว่า เพศชายจะมีความถี่ในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่าเพศหญิง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ไพบุลย์ สูงกิจบูลย์ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท ในทัศนะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า มีปัจจัยหลายอย่างที่มีผลต่อปริมาณการใช้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท

ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท คือ เพศ ความถี่ในการใช้ต่อสัปดาห์ ความทันสมัยของข้อมูล

4.2 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี อายุ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน

ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับที่ต่ำ

ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับที่ต่ำ

จะเห็นว่า ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และ ด้านการสมัครเป็นสมาชิก โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุมากกว่า 19 ปีมีการใช้บริการมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระหว่าง 15 – 18 ปีจำนวน 1.42 ครั้งต่อสัปดาห์ ด้านช่วงเวลาพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านอายุในระดับต่ำ ด้านการเป็นสมาชิกพบว่ามีความสัมพันธ์กับด้านอายุในระดับต่ำเช่นกัน

4.3 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับที่ต่ำ

ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านการสมัครเป็นสมาชิก โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับที่ต่ำ

จะเห็นว่าลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ และ การสมัครเป็นสมาชิก โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับที่ต่ำ

4.4 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่มี ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

จะเห็นได้ว่าลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตได้แก่ ประสิทธิภาพการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ในทุกด้าน

5. ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) โดยรวม ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Community) โดยรวม ด้านการพาณิชย์ (Commerce) พบว่า

ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา (Content) โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง และ ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ แต่พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ ด้านด้านการสมัครเป็นสมาชิก โดยเป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ พวงเพชร วัชรอยู่. (2526 : 52) ที่กล่าวว่า ทศนคติเป็นผลของความรู้สึกทางใจที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมเอนเอียงไปในทางหนึ่งทางใด เป็นนามธรรมอย่างหนึ่งที่สะท้อนมาสู่พฤติกรรมของตน เพราะฉะนั้น พฤติกรรมของมนุษย์ ก็คือ การแสดงออกของทศนคติของเขา ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ ความรู้ ความคิด ความเชื่อ และการเรียนรู้ อันรวมเป็นภูมิหลังของบุคคลนั้น ๆ

ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ การปฏิสัมพันธ์ (Community) โดยรวม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ทุกด้าน สอดคล้องกับแนวคิดของประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520 : 4) ที่กล่าวว่าองค์ประกอบเกี่ยวกับความตั้งใจก่อพฤติกรรมนั้น ไม่ได้เป็นตัวกำหนดทศนคติ แต่ความตั้งใจของบุคคลขึ้นอยู่กับทศนคติ ดังนั้นความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะกระทำอะไรบางอย่างจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อทศนคติของเขาดีต่อสินค้าและบริการนั้นเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมก็อาจเกิดขึ้นในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับความคิด หรือความรู้สึกของบุคคลนั้น ๆ เนื่องจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นอันได้แก่ สภาพแวดล้อม สิ่งเราที่เป็นบุคคล สถานการณ์ กลุ่มสังคม เป็นต้น

ทศนคติที่มีต่อบริการคอลล์มน์ ต่าง ๆ ของเว็บไซต์ อันได้แก่ ด้านการพาณิชย์ (Commerce) โดยรวม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com ทุกด้าน สอดคล้องกับแนวคิดของประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520 : 4) ที่กล่าวว่าองค์ประกอบเกี่ยวกับความตั้งใจก่อพฤติกรรมนั้น ไม่ได้เป็นตัวกำหนดทศนคติ แต่ความตั้งใจของบุคคลขึ้นอยู่กับทศนคติ ดังนั้นความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะกระทำอะไรบางอย่างจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อทศนคติของเขาดีต่อสินค้าและบริการนั้นเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมก็อาจเกิดขึ้นในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับความคิด หรือความรู้สึกของบุคคลนั้น ๆ เนื่องจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นอันได้แก่ สภาพแวดล้อม สิ่งเราที่เป็นบุคคล สถานการณ์ กลุ่มสังคม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต : กรณีศึกษา www.dek-d.com ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง ดังนี้

1. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 15 ปีถึง 18 ปี ส่วนใหญ่ศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และใช้อินเทอร์เน็ตจากบ้าน จึงควรนำข้อมูลที่ได้มาทำการวางแผนปรับปรุงเว็บไซต์ให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และขยายกลุ่มลูกค้าไปผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและระดับมหาวิทยาลัยให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น ดังนั้นควรทำการศึกษาถึงความต้องการ เช่นในด้านของเนื้อหา และข้อมูลที่กลุ่มเป้าหมายต้องการอย่างละเอียด และจัดกิจกรรมการตลาดหรือการจัดทำกิจกรรมเพื่อเป็นการร่วมสนุกในช่วงปิดภาคเรียน มีการจัดนำเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ความรู้กับผู้ที่สนใจ มีการจัดโครงการต่างๆ สนับสนุนในเรื่องเกี่ยวกับการต่อต้านยาเสพติด มี

การให้รางวัลกับคนเก่ง คนที่มีความสามารถ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อจูงใจให้คนเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ให้เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

2. พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการคอลัมน์ Board มากที่สุด ส่วนคอลัมน์อื่น ๆ ดูเหมือนจะยังไม่ค่อยประสบความสำเร็จเท่าใดนัก จึงควรมีพัฒนาปรับปรุงการให้บริการในคอลัมน์อื่นเพิ่มขึ้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และ พฤติกรรมการใช้บริการ มีการทำการส่งเสริมการขาย ซึ่งในที่นี้คือ ทำการวางแผนให้คนเข้ามาใช้บริการมากขึ้น โดยการทำให้ลิงค์จากเว็บไซต์อื่นๆ การแจกใบปลิว การเปิดตัวคอลัมน์ใหม่ๆ ให้คนรับรู้ เพื่อแนะนำเว็บไซต์ว่ามีบริการอย่างไร มีความน่าสนใจอย่างไร เป็นต้น ดังนั้นจึงควรทำการปรับปรุง และพัฒนา สร้างความหลากหลายในด้านของเนื้อหาต่างๆ รูปแบบที่แสดงในเว็บไซต์ที่ต้องมีความเป็นระเบียบ ดูสวยงาม น่าดึงดูดใจให้เข้ามาใช้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และมีความแตกต่างกัน รวมถึงการสร้าง Business Partner โดยร่วมกับร้านค้าปลีกต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กับเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อสร้างทัศนคติ และส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสังคม และเกิดความรู้สึกที่ดีในสายตาของผู้บริโภค การจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วม เช่น การเดินวิ่งการกุศล การแข่งขันกีฬา การแข่งขันการเรียนรู้ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ และการยอมรับในตัวเว็บไซต์ ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมการใช้ที่ดีขึ้นได้ในที่สุด

3. ด้านทัศนคติพบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติต่อคอลัมน์ต่างๆ ในเชิงบวกได้แก่ คอลัมน์ที่เกี่ยวกับคอลัมน์ด้านเนื้อหา และ ด้านการปฏิสัมพันธ์ ส่วนที่มีทัศนคติเป็นกลางได้แก่ ด้านการพาณิชย์ ดังนั้น จึงควรปรับปรุงโดยอาจจะตัดคอลัมน์ที่ผู้ให้บริการน้อยออกไป แล้วทำเป็นคอลัมน์ใหม่ ๆ เข้ามาแทน เพื่อดึงดูดผู้ใช้ให้สนใจในเว็บไซต์มากยิ่งขึ้น

4. การถูกกระตุ้นจากปัจจัยด้านต่างๆ และปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆ เช่นผู้ที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจ เช่น เพื่อน ครูอาจารย์ เป็นต้น จะมีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนในตราสินค้าได้ ดังนั้นจะต้องสร้างความแข็งแกร่งให้กับตราสินค้า โดยใช้ปัจจัยด้าน 3 C เพื่อเพิ่มคุณค่า และก่อให้เกิดการยอมรับในตราสินค้า และกระตุ้นความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค รักษาผู้บริโภค ไม่ให้เปลี่ยนใจไปใช้เว็บไซต์อื่น การมุ่งตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจ และเกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้าได้ในที่สุด เพราะการที่มีลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าจะเป็นประโยชน์ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษารั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพียงบางปัจจัยเท่านั้น ที่ผู้วิจัยคาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ www.dek-d.com แต่ยังมีปัจจัยด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาพะด้านการแข่งขันบนตลาดทางอินเทอร์เน็ต ความแตกต่างด้านวัฒนธรรมของแต่ละชาติ การเปลี่ยนแปลงของวัยรุ่น ซึ่งจะมีผลต่อการใช้งานเว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งควรนำมาเป็นตัวแปรเพื่อศึกษาเพิ่มเติม

2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบเว็บไซต์ www.dek-d.com กับเว็บไซต์อื่นๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยละเอียดยิ่งขึ้น รวมถึงการเปรียบเทียบกับเว็บไซต์ในต่างประเทศ เพื่อเป็นการหาข้อแตกต่างในด้านต่างๆ ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการประเมินถึงความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจที่สูงขึ้นของธุรกิจ เป็นต้น โดยอาจทำการเลือกเว็บไซต์ที่มีประเภท จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกัน นำมาเปรียบเทียบกันได้

3. ควรจะมีการนำข้อมูลสถิติ จากเว็บไซต์ที่เก็บรวบรวมจากการใช้งานจริง มาใช้ประกอบในงานวิจัย จะทำให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น และเพื่อประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทต่อไป เช่นข้อมูลสถิติจำนวนผู้ใช้งาน ลักษณะการใช้งาน รวมถึงพฤติกรรมการใช้งาน ซึ่งสามารถเก็บรวบรวมได้จาก การเก็บข้อมูล โดยการตามเก็บในลักษณะของ Log file อันเกิดจากการใช้งานจริง ๆ หรือจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ให้บริการ ซึ่งการนำข้อมูลที่ได้มาไว้จะทำให้ข้อมูลในงานวิจัยดูน่าเชื่อถือ และเป็นเครื่องยืนยันความถูกต้องได้เป็นอย่างดี

4. ควรศึกษาตัวแปรในลักษณะที่เป็นเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ในประเทศไทย ที่ทำการศึกษาค้นคว้าในเชิงลึกยังมีอยู่น้อยมาก อาจจะรวมถึงการศึกษาถึงความเป็นไปได้ที่จะนำคอลัมน์ใหม่ ๆ มาใช้งาน ดังนั้น คนไทยควรจะหันมาศึกษาค้นคว้าในเชิงลึก และละเอียดมากขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์และก่อให้เกิดองค์ความรู้ต่องานวิจัยอื่น ๆ ต่อไป

5 ควรทำการศึกษาความพึงพอใจ ความต้องการของผู้บริโภค และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนั้นๆ เพื่อเป็นการประเมินประสิทธิภาพจากการใช้เครื่องมือทั้ง 3 ด้าน เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). เอกสารการสอนพหุกรรมผู้บริโภคร. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ (Web Sites) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2519). องค์การและการบริหาร. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- บังอร ภวภรณ์ขวัญ. (2526). การวัดบุคลิกภาพ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). ทศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ประสาร ทิพย์ธารา. (2520). จิตวิทยาการศึกษา. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. เอกสารประกอบการศึกษา.
- ปราณี พุ่มบางป่า. (2543). การวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ว่าไรต์ในด้านสังคมประกิต. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ปริญ วงศ์วานชาติ. (2544). พฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ปริญญ์ อาศรัยราช. (2543). กลยุทธ์การสร้างตราอินเทอร์เน็ตของเว็บทำที่นำเสนอด้วยภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (การโฆษณา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ปริญญ์ ลักษิตานนท์. (2536). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ภาควิชาธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พรทิพย์ โล่ห์เลขา. (2540). World Wild Web : เครื่องมือใช้ Internet สำหรับทุกคน. กรุงเทพฯ : อุษากการพิมพ์.
- พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2529). เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พันจันทร์ ธนวัฒนเสถียร. (2545). คู่มือ Web Master. กรุงเทพฯ : บริษัท ชัคเชส มีเดีย จำกัด

ไพบูลย์ สูงกิจบูลย์. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภท ในทัศนะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. (2542). สถิติเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ หน่วยที่ 1-8. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

_____. (2542). สถิติเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ หน่วยที่ 9-15. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2530). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ศรีบุญอุตสาหกรรมการพิมพ์.

รัตนา จูมคอม. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ : กรณีศึกษา www.sabuy.com. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

รุ่งทิพย์ ว่องปฏิการ. (2543, ธันวาคม). "พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับการท่องเที่ยว", *จุลสารการท่องเที่ยว*. 19(4) : 38-47.

เรวัฒน์ แม่นยำ. (2543). แบบจำลองการวัดความสำเร็จของเว็บไซต์ประเภทที่นำเสนอเนื้อหา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ถ่ายเอกสาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วิสิทธิ์พัฒนา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ. (2541). พฤติกรรมองค์การ : ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สิฐฎากร ชูทรัพย์. (ม.ป.ป.). เอกสารการสอนพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

สุชา จันท์เอม. (2524). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช

สุปัญญา ไชยชาญ. (2538). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท พี.เอ. ลีฟวิ่ง จำกัด.

สุวานี ติเรกวัฒน์. (2538). ทักษะคิดของผู้รับการฝึกต่อหลักสูตรเตรียมเข้าทำงาน. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2533). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542) กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

_____. (2542) พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. NECTEC. (2546). รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2545. กรุงเทพฯ : บริษัท ธนาเพรส แอนด์ กราฟฟิค จำกัด

อภิรักษ์ จันทานี. (2538). *วิธีวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วี.เจ.พรินติ้ง.

Assael, Henry. (1995). *Marketing : principles and strategy*. New York : The Dryden Press, Inc.,.

Cronbach, L.J. (1951). *Coefficient alpha and the internal structure of tests*. Psychometrika.

Daniel A. Tauber and Brenda Kienan (2001). *Webmastering for Dummies*. 2nd ed. New York : IDG Books Worldwide, Inc.

Engel, James F. Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard. (1993). *Consumer behavior*. 7th ed. Fort Worth : The Dryden Press, Inc.

Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management*. 9th ed. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.

Shiffman Leon G. And Leslie Lazar Kanuk. (1994). *Consumer Behavior*. 5th ed. New Jersey : Prentice Hall, Inc.

Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazar. (1997). *Consumer behavior*. 6th ed. New York : Prentice-Hall, Inc.

Triandis Harry C. (1971). *Attitude and Attitude change*. New York : John & Wiley & Sons, Inc.

แหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์

เว็บไซต์ เด็กดี ดอท คอม. <http://www.dek-d.com> หรือ <http://www.dekdee.com>

สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ. สบทร. <http://www.truhits.net>

Nedstat Ltd. <http://www.nedstatbasic.net>

ภาคผนวก

แบบสอบถาม
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต
กรณีศึกษา www.dek-d.com

ด้วยผม นายเกรียงศักดิ์ ชูตระกูล มีความประสงค์เก็บข้อมูลงานวิจัยสำหรับการทำสารนิพนธ์ ประกอบการศึกษาในระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร ภาคพิเศษ ในหัวข้อเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา www.dek-d.com” ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ คือ ผู้ให้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com และผู้สนใจศึกษาและค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัย เพื่อให้สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาเว็บไซต์ ให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

ในการดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้ต้องขอขอบคุณเว็บไซต์ www.dek-d.com ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้อย่างเต็มที่ รวมถึงความช่วยเหลือในการสร้างลิงก์เชื่อมโยงจากเว็บไซต์ www.dek-d.com เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเข้ามาทำการตอบแบบสอบถามได้ทันทีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาให้ท่านตอบแบบสอบถามให้สมบูรณ์ และตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้

แบบสอบถาม

เรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ กรณีศึกษา www.dek-d.com

แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 : ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 2 : พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

ตอนที่ 3 : ทศนคติที่มีต่อการบริการในคอลล์มน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์

ตอนที่ 1 ลักษณะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หรือเติมคำลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนต้น

() มัธยมศึกษาตอนต้น

() มัธยมศึกษาตอนปลาย

() ปวช.

() อนุปริญญา

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

4. ที่อยู่ปัจจุบันของท่าน (ไม่จำเป็นต้องตรงกับทะเบียนบ้าน) อยู่ในจังหวัดใด

() กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี

() จังหวัดในภาคกลาง นอกเหนือจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี

() จังหวัดในภาคตะวันออก

() จังหวัดในภาคเหนือ

() จังหวัดในภาคใต้

() จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

()อยู่นอกประเทศไทย (โปรดระบุ)

5. สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตโดยปกติ

() ที่บ้าน

() ที่ทำงาน

() สถานศึกษา

() สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต(Internet Café)

() ใช้อื่น ๆ (โปรดระบุ)

6. ท่านเริ่มใช้อินเทอร์เน็ตมานานเท่าใด

() น้อยกว่า 1 ปี

() 1 ปี – 3 ปี

() 3 ปี – 5 ปี

() มากกว่า 5 ปี

ตอนที่ 2 : พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ www.dek-d.com

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หรือเติมคำลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด

1. ท่านใช้เว็บไซต์ dek-d เฉลี่ย..... ครั้ง/สัปดาห์
2. ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้เว็บไซต์ dek-d ในแต่ละครั้งนานประมาณ

() น้อยกว่า 15 นาที	() 15 นาที – 30 นาที
() 30 นาที – 1 ชั่วโมง	() 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง
() มากกว่า 2 ชั่วโมง	
3. ช่วงเวลาในการใช้บริการ เว็บไซต์ dek-d บ่อยที่สุด

() 8:01-12:00 น. (เช้าถึงเที่ยง)	() 12:01-16:00 น. (บ่าย)
() 16:01-20:00 น. (เย็นถึงหัวค่ำ)	() 20:01-24:00 น. (หัวค่ำถึงดึก)
() 00:01-4:00 น. (ดึก)	() 4:01-8:00 น. (เช้าตรู่)
4. ท่านสมัครเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ dek-d หรือไม่

() เป็นสมาชิก	() ไม่ได้เป็นสมาชิก
----------------	----------------------
5. โปรดใส่ลำดับ 1-3 ตามคอลัมน์ที่ท่านใช้บริการในเว็บไซต์ dek-d บ่อยมากที่สุด (โดย 1 คือใช้บ่อยมากที่สุด, รองลงมาคือ 2 และ 3 ตามลำดับ)

___ คอลัมน์ Knowledge	___ คอลัมน์ Entertain
___ คอลัมน์ HotTutor	___ คอลัมน์ Fashion
___ คอลัมน์ TutorCenter	___ คอลัมน์ Board
___ คอลัมน์ Chat	___ คอลัมน์ MSNhall, ICQhall
___ คอลัมน์ D-mobile	

ตอนที่ 3 : ทักษะคดีที่มีต่อการบริการในคอลล์มน์ต่าง ๆ ของเว็บไซต์

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หรือเติมคำลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด
(ถ้าไม่เคยใช้งานในคอลล์มน์ไหน ก็ไม่ต้องตอบคำถามในคอลล์มน์นั้น)

ตอนที่ 3.1 ทักษะคดีที่มีต่อเนื้อหา (Content)

<u>คอลล์มน์ Knowledge</u>			
1	เนื้อหาที่น่าสนใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่น่าสนใจ
2	เนื้อหาทันสมัย	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่ทันสมัย
3	เนื้อหาต่อการเข้าใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	ยากต่อการเข้าใจ
4	เนื้อหาตรงต่อความต้องการ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่ตรงต่อความต้องการ
5	เนื้อหาที่มีประโยชน์	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่มีประโยชน์
6	ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่มีการปรับปรุงเนื้อหา

<u>คอลล์มน์ Entertain</u>			
1	เนื้อหาที่น่าสนใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่น่าสนใจ
2	เนื้อหาทันสมัย	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่ทันสมัย
3	เนื้อหาต่อการเข้าใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	ยากต่อการเข้าใจ
4	เนื้อหาตรงต่อความต้องการ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่ตรงต่อความต้องการ
5	เนื้อหาที่มีประโยชน์	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่มีประโยชน์
6	ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่มีการปรับปรุงเนื้อหา

คอลัมน์ HotTutor

1	เนื้อหาที่น่าสนใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่น่าสนใจ
2	เนื้อหาทันสมัย	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่ทันสมัย
3	เนื้อหาช่วยให้เข้าใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	ยากต่อการเข้าใจ
4	เนื้อหาตรงต่อความต้องการ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่ตรงต่อความต้องการ
5	เนื้อหาดีประโยชน์	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่มีประโยชน์
6	ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่มีการปรับปรุงเนื้อหา

คอลัมน์ Fashion

1	เนื้อหาที่น่าสนใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่น่าสนใจ
2	เนื้อหาทันสมัย	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่ทันสมัย
3	เนื้อหาช่วยให้เข้าใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	ยากต่อการเข้าใจ
4	เนื้อหาตรงต่อความต้องการ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่ตรงต่อความต้องการ
5	เนื้อหาดีประโยชน์	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่มีประโยชน์
6	ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่มีการปรับปรุงเนื้อหา

คอลัมน์ TutorCenter

1	เนื้อหาที่น่าสนใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่น่าสนใจ
2	เนื้อหาทันสมัย	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่ทันสมัย
3	เนื้อหาช่วยให้เข้าใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	ยากต่อการเข้าใจ
4	เนื้อหาตรงต่อความต้องการ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่ตรงต่อความต้องการ
5	เนื้อหาดีประโยชน์	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่มีประโยชน์
6	ปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่มีการปรับปรุงเนื้อหา

ตอนที่ 3.2 ทักษะคิดที่มีต่อการปฏิสัมพันธ์ (Community)**คอลัมน์ Board**

1	น่าสนใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่น่าสนใจ
2	สนุก เพลิดเพลิน	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่สนุก เพลิดเพลิน
3	ใช้งานได้รวดเร็ว	() () () () () 5 4 3 2 1	ใช้งานได้ช้า
4	ใช้งานง่าย	() () () () () 5 4 3 2 1	ใช้งานยาก
5	ใช้แล้ว อยากใช้อีก	() () () () () 5 4 3 2 1	ใช้แล้ว ไม่อยากใช้อีก

คอลัมน์ CHAT

1	น่าสนใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่น่าสนใจ
2	สนุก เพื่อดเพลิน	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่สนุก เพื่อดเพลิน
3	ใช้งานได้รวดเร็ว	() () () () () 5 4 3 2 1	ใช้งานได้ช้า
4	ใช้งานง่าย	() () () () () 5 4 3 2 1	ใช้งานยาก
5	ใช้แล้ว อยากใช้อีก	() () () () () 5 4 3 2 1	ใช้แล้ว ไม่อยากใช้อีก

คอลัมน์ MSNhall และ ICQhall

1	น่าสนใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่น่าสนใจ
2	สนุก เพื่อดเพลิน	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่สนุก เพื่อดเพลิน
3	ใช้งานได้รวดเร็ว	() () () () () 5 4 3 2 1	ใช้งานได้ช้า
4	ใช้งานง่าย	() () () () () 5 4 3 2 1	ใช้งานยาก
5	ใช้แล้ว อยากใช้อีก	() () () () () 5 4 3 2 1	ใช้แล้ว ไม่อยากใช้อีก

ตอนที่ 3.3 ทักษะการติดต่อการพาณิชย์ (Commerce)

คอลัมน์ D-Mobile

1	มีแบบให้เลือกหลากหลาย	() () () () () 5 4 3 2 1	มีแบบให้เลือกน้อย
2	สินค้าน่าสนใจ	() () () () () 5 4 3 2 1	สินค้าไม่น่าสนใจ
3	สะดวกในการซื้อสินค้า	() () () () () 5 4 3 2 1	ไม่สะดวกในการซื้อสินค้า
4	สินค้ามีราคาถูก	() () () () () 5 4 3 2 1	สินค้ามีราคาแพง
5	ได้รับสินค้าอย่างรวดเร็ว	() () () () () 5 4 3 2 1	ได้รับสินค้าช้า

***** ขอขอบคุณที่ท่านสละเวลาอันมีค่าของท่าน ในการตอบแบบสอบถามนี้ *****

ภาคผนวก ข

ข้อมูลของเว็บไซต์ www.dek-d.com

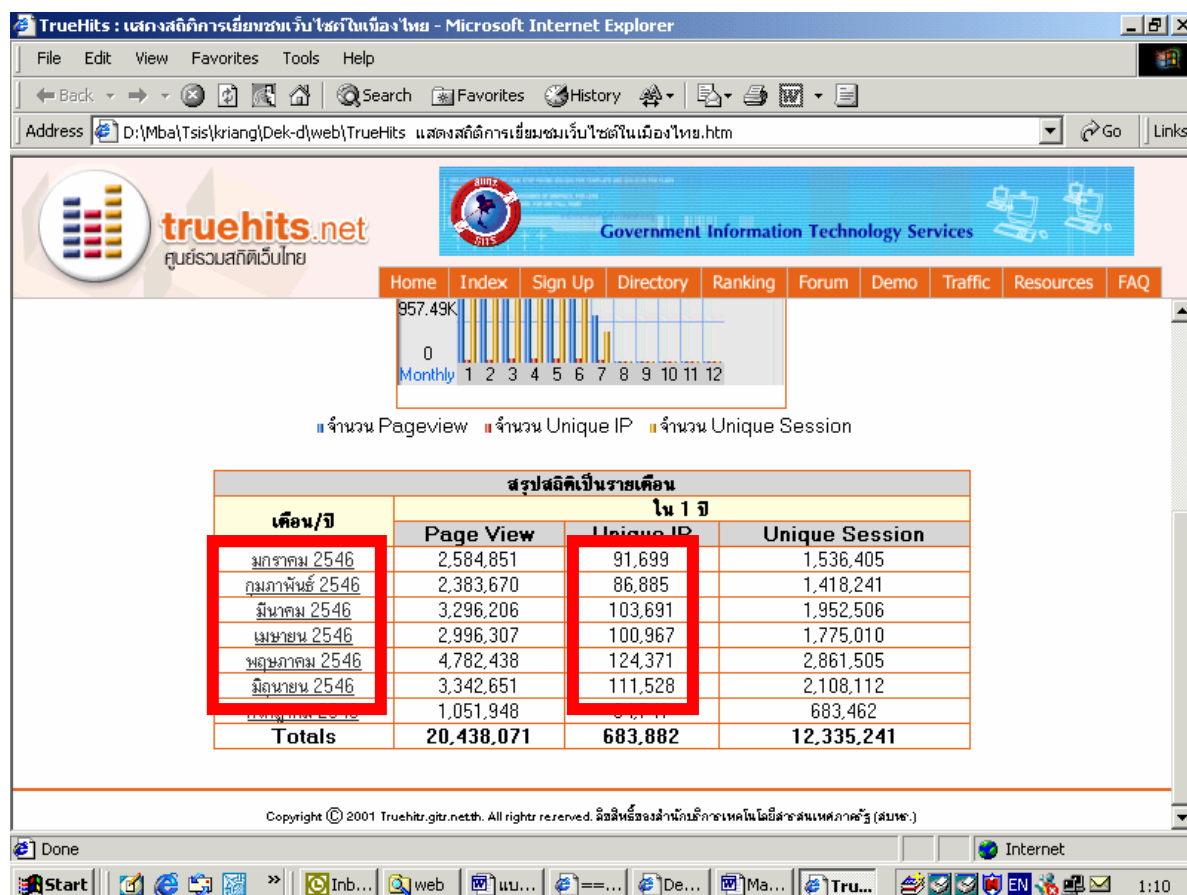
ข้อมูลทั่วไปของเว็บไซต์ www.dek-d.com

ประวัติความเป็นมาของเว็บไซต์ www.dek-d.com

เว็บไซต์ www.dek-d.com จัดเป็นเว็บไซต์เพื่อความรู้ และความบันเทิง ก่อตั้งขึ้นจากการรวมตัวของกลุ่มเด็กวัยรุ่น 4 คน ได้แก่

1. นายโรรส โรจนะ
2. นายปกรณ์ สันติสุนทรกุล
3. นายสรพงศ์ ดาราราช
4. นายสุปิติ บุรณวัฒนาโชค

ซึ่งขณะนั้น เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนสวนกุหลาบ โดยทั้งสี่คนมีความตั้งใจที่จะสร้างเว็บไซต์ ขึ้นมาเว็บหนึ่งให้มีความแตกต่างจากที่เคยมีมา แล้วในที่สุดแล้วทั้งสี่คนก็สรุป ตกลงกันว่า จะเลือกทำเว็บไซต์เพื่อเป็นแหล่งศูนย์รวมของกลุ่มวัยรุ่น เพื่อสร้างสรรค์สิ่งที่มีประโยชน์ให้แก่สังคมผ่านทางเว็บไซต์ หลังจากนั้นจึงได้จดทะเบียน Domain name ภายใต้ชื่อของ www.dek-d.com โดยผู้ก่อตั้งทั้งสี่คนก็ได้ศึกษาถึงการเขียนเว็บไซต์อย่างจริงจัง และเริ่มเปิดตัวเว็บไซต์ www.dek-d.com ครั้งแรกในปี ค.ศ. 2000 หลังจากนั้นก็เริ่มพัฒนาฟังก์ชันต่าง ๆ บนเว็บไซต์ ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น จนทำให้มีผู้ใช้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ มาจนกระทั่งถึงในปัจจุบัน ซึ่งสามารถดูได้จากภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 ยอดผู้ใช้เว็บไซต์ www.dek-d.com แยกเป็นรายเดือน
ที่มา : <http://truehits.net/> ณ วันที่ 24/06/2003

TrueHits : เสนอสถิติการใช้งานเว็บไซต์ในประเทศไทย - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Linux  **300 MB / Unlimited E-mail**
30 GB Data Transfer -- PHP, JSP, MySQL etc.  **500.-**
บาท / เดือน

Home Index Sign Up Directory Ranking Forum Demo Traffic Resources FAQ

อันดับสมาชิกทรูฮิต (Truehits Member Ranking) (ประจำวัน 26/08/2003)
ทรูฮิตตรวจสอบการใช้งานของเว็บไซต์สมาชิกย้อนหลังไป 3 วัน โดย 0 แสดง ปกติ (มีข้อมูลส่งมายังทรูฮิตเซอร์เวอร์) และ X แสดง ผิดปกติ

ลำดับที่ website Unique Visitor Unique Session Page Views 252423

อันดับที่จาก 1 ถึง 25

1.	Sanook.com	105562	990845	1506617	0 0 0
2.	Kapook.com เว็บแรกที่คุณเลือก	59715	632717	984983	0 0 0
3.	เว็บประเทศไทย (mweb.co.th)	55761	598245	1000142	0 0 0
4.	M.T.H.A.I.com : อีพเดททุกลมหายใจ	43301	373413	548150	0 0 0
5.	HunSa dot com : อีวีแอลออนไลน์ที่คุณ	28336	219722	353318	0 0 0
6.	หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ	26967	217238	313548	0 0 0
7.	เดลินิวส์	25269	121139	174618	0 0 0
8.	Ragnarok Online แร็กนาร็อคไทย	23688	112768	163950	0 0 0
9.	หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก	21707	45009	46938	0 0 0
10.	Pramool.com - ประมูล, ขาย สินค้าของรวม ฟรีๆ	17872	251411	408644	0 0 0
11.	หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน	17217	112235	176109	0 0 0
12.	หนังสือพิมพ์มติชน	16779	97973	145265	0 0 0
13.	ไทยแวร์.คอม (Thaiware.com)	16637	104149	150300	0 0 0
14.	www.365jokebox.com	15542	152076	226206	0 0 0
15.	teenee.com ที่คัดลอกมา เว็บไซต์แจ้งเกิดให้เว็บ	14962	129418	183536	0 0 0
16.	ThaiSecondhand ตลาดนัดซื้อ-ขาย	13945	135201	216909	0 0 0
17.	Zuzaa.com ชูซ่า! - เดิมความซ้ำให้กับชีวิต	13117	171507	259069	0 0 0
18.	Thaimate.com : หาเพื่อน หาแฟน ถูกใจ ไร้เลย	12670	227715	393240	0 0 0
19.	BBZnet.com ฟรีเว็บบอร์ดน้องใหม่มาแรงทางโค้ง	11940	43996	56415	0 0 0
20.	จีลอบไทย -- หาคณะธรรมงาน พารานตรใจ	11885	168913	322992	0 0 0
21.	กรุงเทพธุรกิจ	11707	47435	63671	0 0 0
22.	MuDaG.com มูดา	11702	109342	169597	0 0 0
23.	เด็กดีดอทคอม	11363	66634	99929	0 0 0
24.	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย - WWW.SET.DR.TH	10149	39845	51036	0 0 0
25.	Buildboard.com	10113	95443	146831	0 0 0

ภาพประกอบ 6 อันดับของเว็บไซต์ เด็กดีดอทคอม

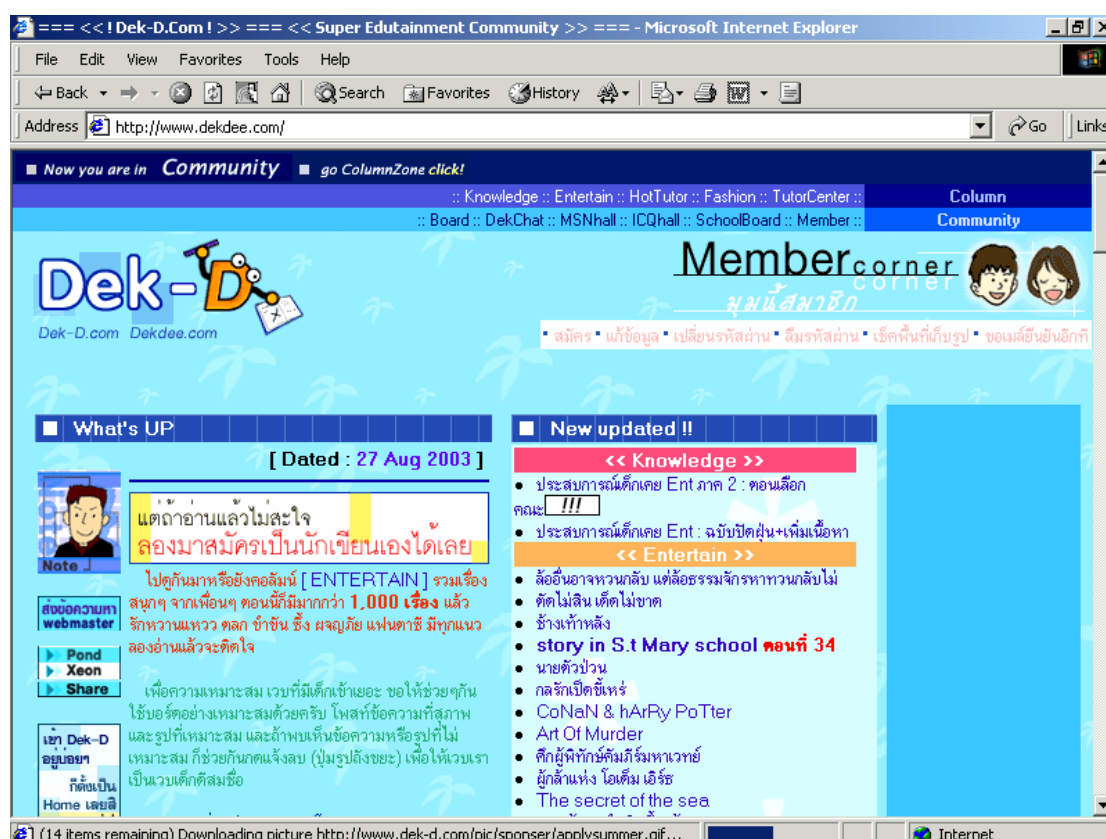
ที่มา : <http://truehits.net/> ณ วันที่ 26/08/2003

โดย ณ วันที่ 26/08/2003 ทางเว็บไซต์ www.truehits.net ซึ่งเป็นหน่วยงานจัดอันดับเว็บไซต์ของทาง สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ (สทท.) ซึ่งทำหน้าที่จัดอันดับเรียงตามปริมาณการใช้ ของเว็บไซต์ในประเทศไทย ปรากฏว่า เว็บไซต์ www.dek-d.com อยู่ในอันดับที่ 23 มีจำนวนคนใช้ ย้อนหลัง 3 วันล่าสุดอยู่ที่ประมาณ 11,363 คน

ปัจจุบันผู้ก่อตั้งเว็บไซต์ทั้งสี่คนได้ก้าวเข้าสู่วัยมหาลัย และสามารถสร้างรายได้ให้กับตนเองจากค่าโฆษณา โดยได้จัดตั้งเป็นหุ้นส่วนเด็กดีดอทคอม เพื่อใช้ประโยชน์ในการพาณิชย์ เช่น การเก็บค่าโฆษณา และการจ่ายค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เป็นต้น

เนื้อหาภายในเว็บไซต์ www.dek-d.com

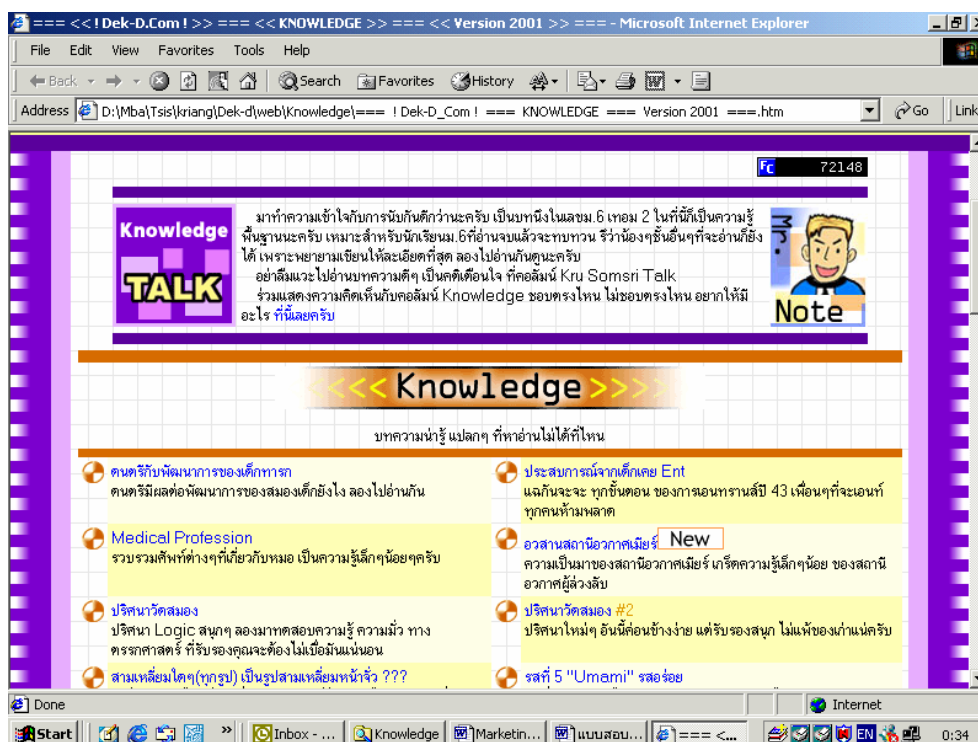
เนื้อหาภายในเว็บไซต์ จะประกอบไปด้วยคอลัมน์ ต่าง ๆ ซึ่งสามารถลิงค์ได้จากหน้าแรก (Homepage) ของเว็บไซต์ โดยสามารถใส่ URL ไปที่ www.dek-d.com หรือ www.dekdee.com โดยในหน้าแรกจะเป็นที่รวมองค์ประกอบทั้งหมดของแต่ละคอลัมน์ที่บรรจุอยู่ในเว็บไซต์มาไว้ด้วยกัน ดังนั้น ข้อมูลล่าสุดจากทุกคอลัมน์ เราสามารถหาได้ง่าย ๆ จากในหน้าแรกนี้



ภาพประกอบ 7 หน้าแรก (Homepage) ของเว็บไซต์ www.dek-d.com
 ที่มา : <http://www.dekdee.com/> วันที่ 26/08/2003

1. คอลัมน์ Knowledge

เป็นคอลัมน์ที่รวบรวมบทความเพื่อความรู้ต่าง ๆ มีทั้งบทความที่น่าสนใจ บทความแปลก ๆ บทความเพื่อเป็นกำลังใจโดยคุณครูสมศรี ธรรมสารโสภณ ปริศนาฉบับสมองรวมถึง ดิวิพิเศษบทเรียนวิชาต่าง ๆ มีทั้งเทคนิคและสูตรลัด เป็นต้น

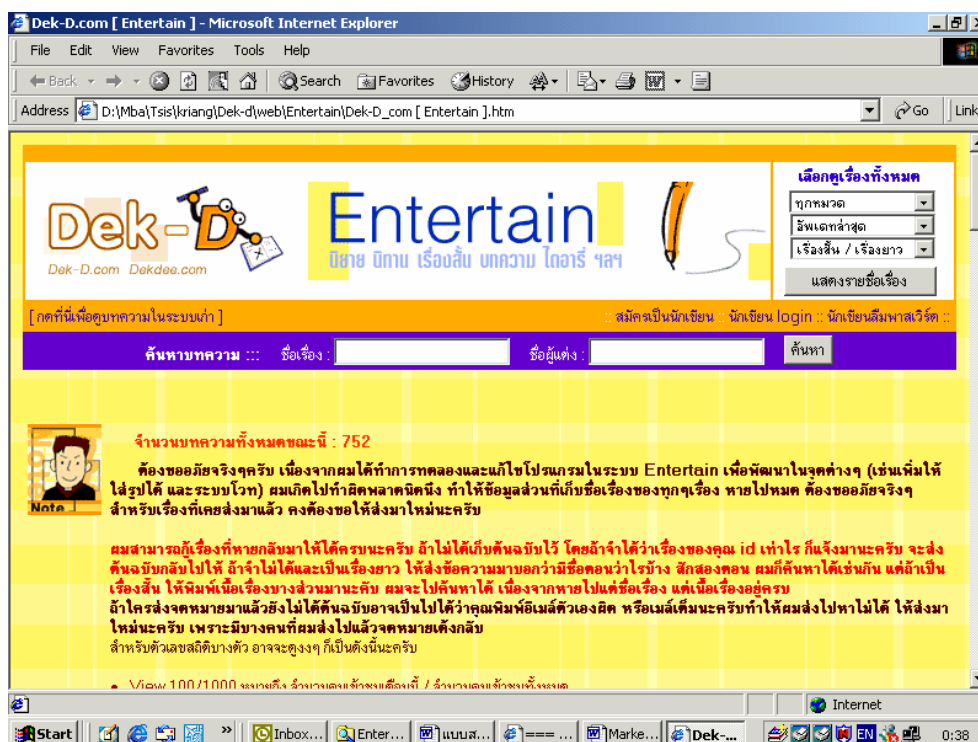


ภาพประกอบ 8 คอลัมน์ Knowledge

ที่มา : <http://www.dekdee.com/knowledge/> วันที่ 24/06/2003

2. คอลัมน์ Entertain

เป็นคอลัมน์ที่รวบรวม นิยาย นิทาน เรื่องสั้น และบทความไดอารี่ ซึ่งผู้ให้บริการเป็นคน Post ข้อมูลลงไป เพื่อให้ผู้ใช้บริการท่านอื่นได้อ่าน โดยจะมีคะแนนเป็นตัวบ่งบอกว่าบทความเรื่องไหนน่าสนใจ และได้รับความนิยม นอกจากนี้ยังมีลักษณะคล้ายละคร คืออาจจะยังไม่จบในตอนนี้ ต้องเข้ามาอ่านในช่วงเวลาถัดไป

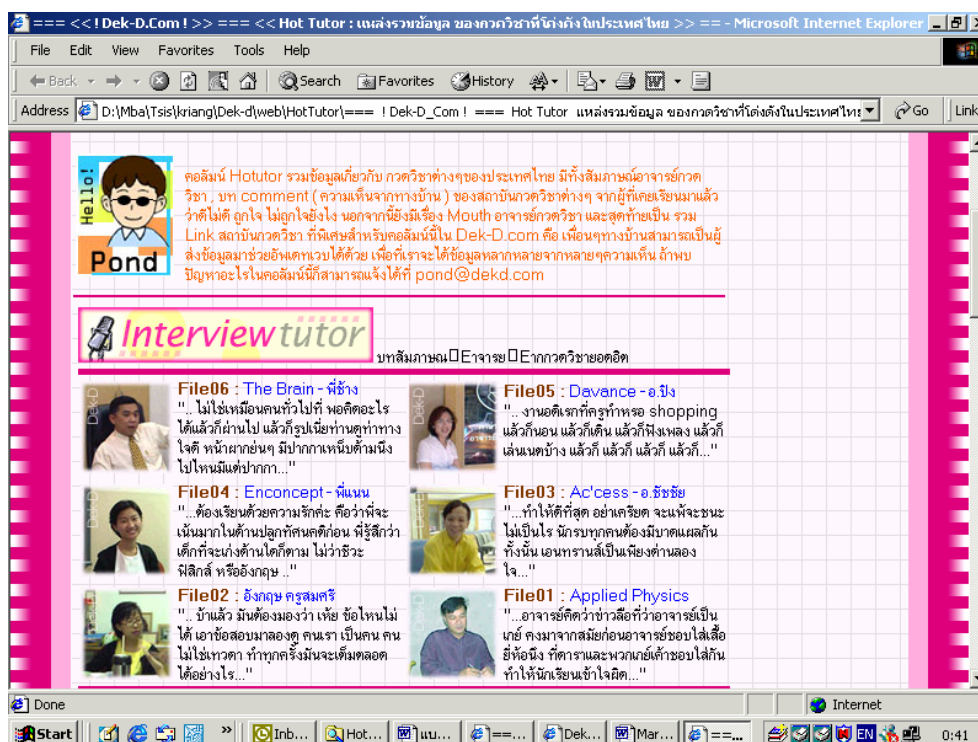


ภาพประกอบ 9 คอลัมน์ Entertain

ที่มา : <http://www.dekdee.com/entertain/> วันที่ 24/06/2003

3. คอลัมน์ HotTutor

เป็นคอลัมน์ที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ สถาบันกวดวิชาต่างๆ ของประเทศไทย มีทั้งบทสัมภาษณ์อาจารย์กวดวิชา, บทความเสนอแนะซึ่งผู้ใช้บริการเป็นคน Post ลงไปเพื่อแสดงความคิดเห็นต่อสถาบันกวดวิชาต่างๆ ที่เคยเรียนมาแล้ว และยังมีที่รวม Link ไปยังสถาบันกวดวิชาอื่น ๆ อีกด้วย



ภาพประกอบ 10 คอลัมน์ HotTutor

ที่มา : <http://www.dekdee.com/hottutor/> วันที่ 24/06/2003

4. คอลัมน์ Fashion

เป็นคอลัมน์ที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ Fashion ต่าง ๆ ของวัยรุ่น เช่น มือถือ ทรงผม เทคนิคในการดูแลรักษาผิวพรรณ เป็นต้น

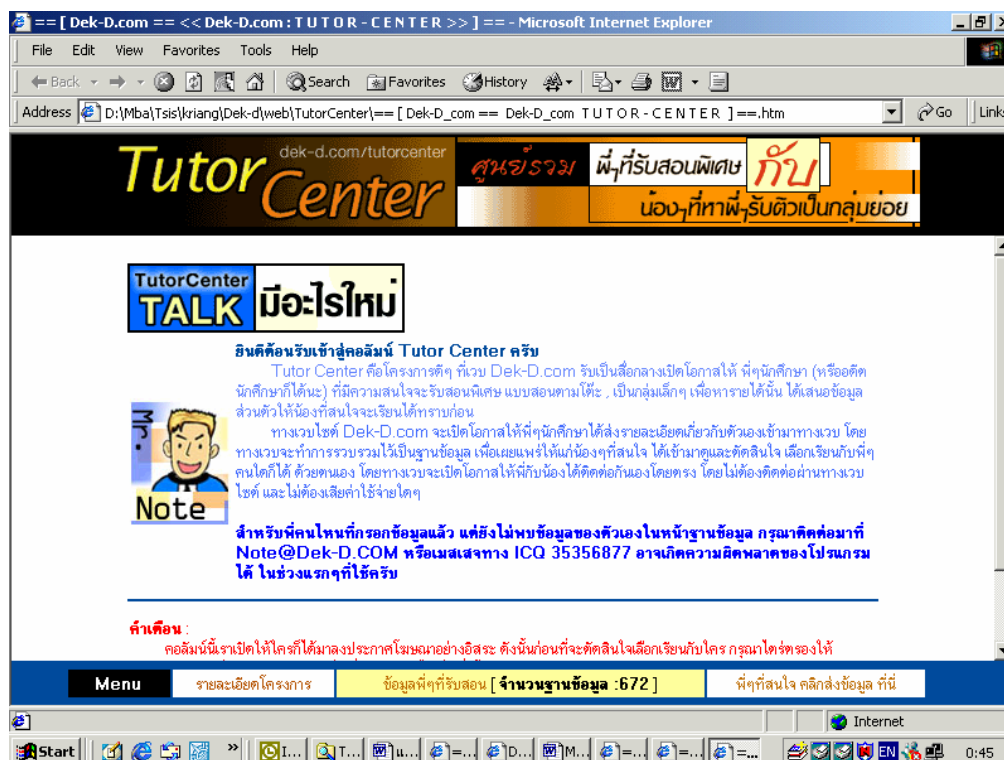


ภาพประกอบ 11 คอลัมน์ Fashion

ที่มา : <http://www.dekdee.com/fashion/> วันที่ 24/06/2003

5. คอลัมน์ TutorCenter

เป็นคอลัมน์ที่เป็นสื่อกลางทางการสอนพิเศษ โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาหรือผู้ที่มีความรู้ที่มีความสนใจจะรับสอนพิเศษ แบบสอนตามโต๊ะ เป็นกลุ่มเล็กๆ เพื่อหารายได้นั้น สามารถ Post เสนอข้อมูลส่วนตัวให้ผู้ให้บริการท่านอื่น ๆ ที่สนใจ สามารถจะใช้บริการเลือกผู้รับสอนพิเศษได้ตามคุณสมบัติ หรือสถานที่ที่ต้องการ หลังจากนั้นผู้สอนและผู้สนใจเรียนก็จะติดต่อกันเองโดยดูจากที่อยู่ในเว็บไซต์



ภาพประกอบ 12 คอลัมน์ Tutor Center

ที่มา : <http://www.dekdee.com/tutorcenter/> วันที่ 24/06/2003

6. คอลัมน์ Board

เป็นคอลัมน์ที่ผู้ใช้บริการสามารถ Post คำถาม หรือกระทู้ลงไป เพื่อแจ้งข่าวสาร หรือหาคนช่วยแก้ปัญหา โดยหลังจากที่ Post ผู้ใช้บริการท่านอื่น ๆ สามารถที่จะมาตอบคำถามหรือให้คำแนะนำเพิ่มเติมได้ โดยในเว็บไซต์ www.dek-d.com จะต่างจากเว็บไซต์อื่น ตรงที่มีคนควบคุมดูแลเกี่ยวกับคำถามที่ Post เพื่อที่จะสามารถ จัดความเป็นระเบียบ ของเนื้อหาที่ Post ให้เหมาะสมกับกลุ่มต่าง โดยเรื่องที่ไม่เหมาะสมจะถูกลบออกจากระบบโดยผู้ควบคุมเว็บ (Webmaster)

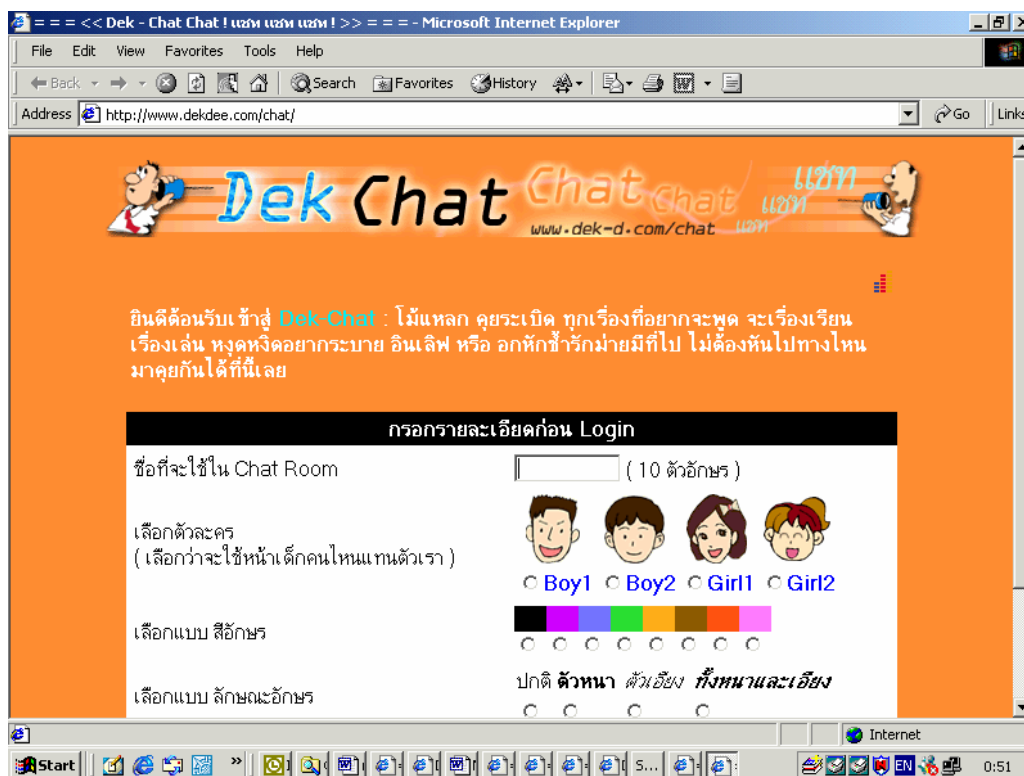


ภาพประกอบ 13 คอลัมน์ Board

ที่มา : <http://www.dekdee.com/board> วันที่ 24/06/2003

7. คอลัมน์ Chat

เป็นคอลัมน์ที่ผู้ใช้บริการสามารถสนทนาโต้ตอบกับผู้ใช้บริการคนอื่นๆ ที่เข้ามาในคอลัมน์นี้ได้ ในลักษณะที่จะมีการโต้ตอบที่เป็นปัจจุบันตลอดเวลา(Real time update) โดยจะมีลักษณะเป็นห้องตรงกลาง ผู้ใช้บริการสามารถสนทนากับใครก็ได้ที่เข้ามาในห้อง โดยทุกคนที่อยู่ในห้องสามารถมองเห็นข้อความที่สนทนากันได้



ภาพประกอบ 14 คอลัมน์ Chat

ที่มา : <http://www.dekdee.com/chat> วันที่ 24/06/2003

8. คอลัมน์ MSNhall and ICQhall

เป็นคอลัมน์ที่ผู้ใช้บริการสามารถ Post ข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ ชื่อ รหัส MSN โรงเรียน หรือ ICQ โดยบงบอกระดับชั้นการเรียน เพศ เพื่อที่จะต้องการหาเพื่อนสนทนาผ่านโปรแกรม Chat ส่วนบุคคล ที่เรียกว่า MSN หรือ ICQ หลังจากที่ Post ผู้ใช้บริการท่านอื่น ๆ จะสามารถเห็นข้อมูลดังกล่าว และเลือกที่จะสนทนากับคนที่ต้องการได้

ICQ Hall : คอลัมน์สุกฮัก รุ้จักเพื่อนต่างโรงเรียนกันทาง ICQ

ICQ Hall ของ Dek-D.com จะเก็บข้อมูลไว้เพียง 60 คนล่าสุดที่ส่งข้อมูลของตนเข้ามาเท่านั้น ไม่ได้เก็บแบบถาวร เพื่อที่คุณจะได้เจอเฉพาะข้อมูลของเพื่อนที่ออนไลน์ล่าสุดในเวลานั้นจริงๆ

- ตั้งนั้นชื่อใครที่หลุดไปแล้วก็ต้องส่งมาใหม่นะ
- ICQ hall ขอสงวนสิทธิ์ในการส่งเบอร์ icq ได้มากที่สุดคนละ 5 หมายเลข ต่อการพอนตหนึ่งครั้ง
- คลิ๊กที่หมายเลขจะเป็นการ Add อัตโนมัติ
- ข้อมูล ICQ จะแสดงในหน้า Home 10 รายชื่อล่าสุด และแสดงในหน้า 60 รายชื่อล่าสุด

คำเตือน : ข้อมูลที่โพสต์เหล่านี้ มิได้มีการกลั่นกรองก่อน นำมาแสดงผลบนเว็บ ดังนั้นอาจมีผู้ไม่หวังดีใช้ประโยชน์จาก ICQ Hall เพื่อก่อปัญหาได้ หากทางเราได้เข้ามาตรวจสอบและเจอข้อมูลไม่เหมาะสม เราจะลบทิ้งทันที / จึงขอให้เพื่อนๆ ใช้วิจารณญาณในการเข้าชม

ส่งข้อมูลบ้าง กรอกที่นี่

ชื่อ : หมายเลข ICQ : โรงเรียน : ระดับชั้น : เพศ :

ระวัง! คุณจะไม่สามารถโพสต์ข้อมูลซ้ำได้ จนกว่าหมายเลขเก่าของคุณจะหลุดจาก 60 ชื่อล่าสุด

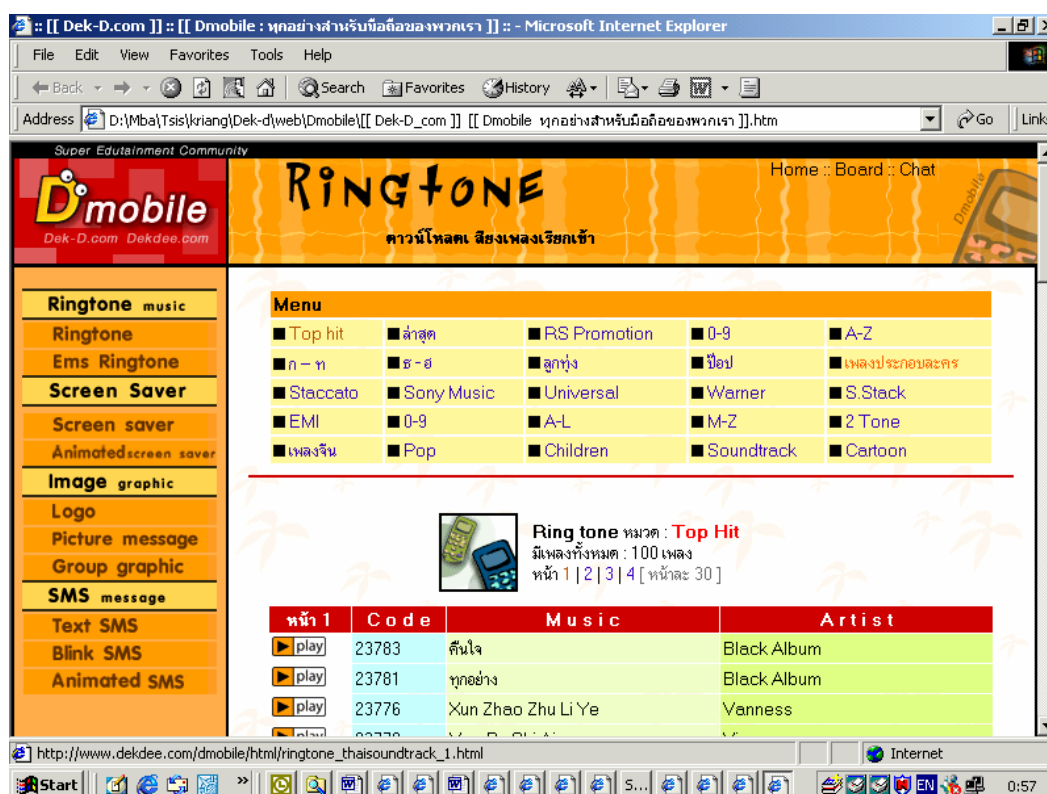
Time	Name	ICQ Number	School	Other	Gender
19:18	Tle(ญ)เท่านั้น	316850426	หาแฟนอาก่ง(07015886)โทรมาเนะ	ตัวนๆ	ช
18:37	mix	312032355	pun	6	ช
18:28	Bank	250095842	อยากคุยกะคนอยู่รร.สนครราบ	ม.3อะ	ช
18:04	ท้	232827237	พระปจมวิทยาลัย	ม.4	ญ

ภาพประกอบ 15 คอลัมน์ MSNhall and ICQhall

ที่มา : <http://www.dekdee.com/icqhall> วันที่ 24/06/2003

9. คอลัมน์ Dmobile

เป็นการ Download ลูกเล่นของมือถือ ได้แก่ Ringtone ScreenSaver Logo SMS ผ่านทางเว็บไซต์ www.dek-d.com โดยผู้ใช้บริการสามารถเลือกรูป ต่างๆ ได้ตามความต้องการ โดยคิดค่าบริการในการ Download ครั้งละประมาณ 15 บาท



ภาพประกอบ 16 คอลัมน์ DMobile

ที่มา : <http://www.dekdee.com/dmobile> วันที่ 24/06/2003

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ผู้วิจัย	นางเกรียงศักดิ์ ชูตระกูล
วันเดือนปีเกิด	2 พฤษภาคม พ.ศ.2518
สถานที่เกิด	จังหวัด สมุทรสาคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	502/242 หมู่บ้าน เมืองใหม่ดอนเมือง ถนนเตชะตุ่งคะ เขตดอนเมือง กรุงเทพฯ 10310
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท คาโอคอมเมอร์เชียล (ประเทศไทย) จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2532	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนท่ามะกาวิทยาคม
พ.ศ. 2535	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเทพศิรินทร์
พ.ศ. 2539	วิทยาศาสตร์ - คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
พ.ศ. 2547	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร