บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology adoption)

Rogers (1962) ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการยอมรับนวัตกรรม (adoption process) ว่าประกอบไปด้วยขั้นตอน 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นแรก คือ ขั้นตระหนัก (awareness stage) เป็นการเริ่มต้นที่บุคคลรับรู้ถึงแนวคิดใหม่หรือนวัตกรรมใหม่ แต่ยังไม่มีความรู้สึกซึ้งเกี่ยวกับเนื้อหาและรายละเอียดต่าง ๆ

ขั้นที่สอง คือ ขั้นสนใจ (interest stage) เป็นขั้นที่บุคคลเกิดความสนใจที่จะศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่

ขั้นที่สาม คือ ขั้นประเมิน (evaluation stage) เมื่อบุคคลได้รับรายละเอียดในนวัตกรรมนั้นๆ จนถึงระดับหนึ่ง ก็มักจะทำการประเมินโดยการเปรียบเทียบกับประสบการณ์หรือความรู้ของตนว่า นวัตกรรมนี้เมื่อนำไปใช้จะให้ประโยชน์เพิ่มขึ้นใหม่หรือไม่ ถ้าบุคคลรู้สึกว่ามีประโยชน์ก็จะลงมือทดลองในขั้นต่อไป

ขั้นที่สี่ คือ ขั้นทดลอง (trial stage) เป็นขั้นที่บุคคลได้ลงมือทดลองทำดูเพียงบางส่วน เมื่อได้ผลดีจึงจะขยายปริมาณมากขึ้น

ขั้นที่ห้า คือ ขั้นยอมรับ (adoption stage) เป็นขั้นที่บุคคลยอมรับนวัตกรรมมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่และถาวรต่อไป

อย่างไรก็ตามกระบวนการยอมรับนวัตกรรมนี้มีข้อบกพร่องหลายประการ อย่างเช่นกระบวนการนี้มักจบลงด้วยการตัดสินใจยอมรับ ซึ่งในความเป็นจริงอาจไม่มีการยอมรับก็ได้ และขั้นตอนทั้ง 5 ขั้นตอนนั้นอาจไม่เกิดขึ้นตามลำดับ หรืออาจมีการข้ามบางขั้นตอนไปก็ได้ ด้วยเหตุนี้ Rogers (1971) จึงได้เสนอคำใหม่ที่มีความเหมาะสมกว่ากระบวนการยอมรับนวัตกรรม คือ กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (innovation–decision process) ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ขั้นแรก คือ ขั้นความรู้ (knowledge stage) เป็นขั้นที่บุคคลจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม ซึ่งความรู้แบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ ความรู้ว่ามีนวัตกรรมนั้นอยู่ ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรมนั้น และความรู้เกี่ยวกับหลักการที่อยู่เบื้องหลังนวัตกรรม

ขั้นที่สอง คือ ขั้นความรู้สึก (pesuasion stage) เป็นขั้นที่บุคคลเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น หลังจากได้ศึกษาหาความรู้แล้ว

ขั้นที่สาม คือ ขั้นตัดสินใจ (decision stage) เป็นการตัดสินใจระหว่างทางเลือก 2 ทาง คือยอมรับ หรือไม่ยอมรับที่จะทดลอง

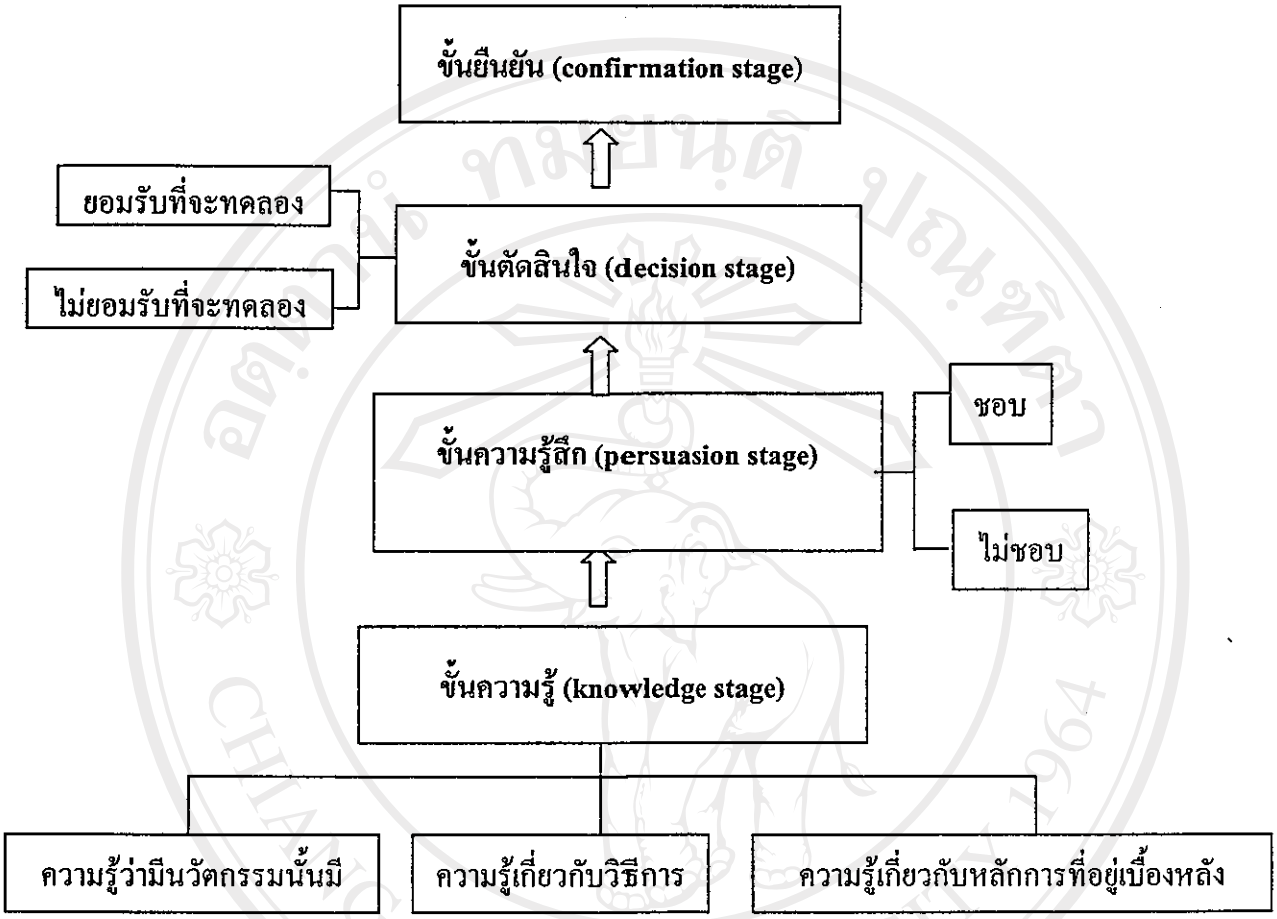
ขั้นที่สี่ คือ ขั้นยืนยัน (confirmation stage) ในขั้นนี้บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อยืนยันผลการตัดสินใจ หากพบข้อขัดแย้งบางอย่าง อาจทำให้เปลี่ยนความตั้งใจจากเดิมที่เคยยอมรับมาเป็นไม่ยอมรับ หรือจากการไม่ยอมรับมาเป็นยอมรับได้

เมื่อผ่านกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมแล้ว จะทำให้เกิดบุคคลขึ้น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ยอมรับกับกลุ่มไม่ยอมรับ อย่างไรก็ตามผู้ที่ตัดสินใจยอมรับอาจเปลี่ยนใจไม่ยอมรับในภายหลังได้ และผู้ที่ตัดสินใจไม่ยอมรับก็อาจเปลี่ยนใจมายอมรับได้เช่นกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

(innovation-dicision process)



แผนภาพที่ 1 แสดงกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

2.1.2 แนวความคิดเกี่ยวกับองค์การและการเปลี่ยนแปลง

ภรณี มหานนท์ (2529) กล่าวถึงแนวความคิดปัจจุบันว่า รัฐกิจเป็นระบบเปิด (open system) ซึ่งมีปฏิกิริยาเคลื่อนไหว (dynamic interaction) กับสภาพแวดล้อม รัฐกิจประกอบด้วยองค์การของรัฐจำนวนหนึ่งซึ่งปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม เอกสารขององค์การสหประชาชาติก็ระบุว่า การปฏิบัติงานขององค์การของรัฐจะถูกยกระดับให้ดีขึ้นได้ ถ้าการบริหารรัฐกิจจะยึด"ทฤษฎีสถานการณ์" (Contingency theory) คือแนวความคิดที่ว่า การปฏิบัติงานขององค์การ พฤติกรรม และประสิทธิผลขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกขององค์การ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Bennis (1969: 2) เห็นว่า การพัฒนาองค์การเป็นการสนองตอบต่อการเปลี่ยนแปลง เป็นยุทธศาสตร์ทางการศึกษาที่สลับซับซ้อน ซึ่งมุ่งใช้เปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยม และโครงสร้างขององค์การ เพื่อให้องค์การสามารถปรับปรุงตัวเองให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีผู้รับบริการ และสิ่งที่ท้าทายใหม่ ๆ รวมตลอดถึงการเปลี่ยนแปลงภายในองค์การนั้น ๆ เอง

ตามแผนปฏิรูประบบบริหารภาครัฐ เป็นแผนที่จะปฏิรูประบบราชการในลักษณะขององค์รวม หมายถึง ปฏิรูปไปพร้อมกันทุกด้าน ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการเปลี่ยนรูปแบบของระบบราชการอย่างขนานใหญ่ เพื่อให้ระบบราชการมีสมรรถนะสูงในการเป็นกลไกการบริหารและจัดการประเทศให้สามารถแข่งขันในระดับโลกได้ โดยได้กำหนดแนวทางไว้ประการหนึ่งคือ การพัฒนาระบบข้อมูล และเทคโนโลยีภาครัฐที่สามารถสนับสนุนการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการคือพัฒนาให้มีระบบสารสนเทศของหน่วยงานกลางภาครัฐที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกัน และเป็นระบบที่เปิดให้หน่วยงานภาคเอกชนและประชาชนเข้าถึงได้สะดวก คลอดจนมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสมมาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานของภาครัฐ และการให้บริการแก่ประชาชน (สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน, 2544)

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมทุก ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง ล้วนส่งผลให้องค์การต่าง ๆ ต้องปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงาน และเปลี่ยนแปลงระบบบริหารจัดการให้เหมาะสม เอื้อต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในแต่ละองค์การ จึงนำไปสู่การปรับปรุงทั้งระบบในทุกส่วนประกอบย่อยขององค์การ โดยรูปแบบการปรับเปลี่ยนองค์การโดยทั่วไปไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงแก้ปัญหาบางจุด หรือการปรับปรุงทั้งระบบจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบย่อยขององค์การ ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้าง ระบบงาน เทคโนโลยี วัฒนธรรม และกำลังคน โดยเมื่อสภาพแวดล้อมเปลี่ยนไปเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้า องค์กรย่อมต้องปรับปรุงวิธีการทำงาน ระบบการตัดสินใจ องค์ความรู้และวิทยาการใหม่ โดยการเปลี่ยนแปลงเครื่องมือ พัฒนากำลังคนให้สามารถทำงานรวดเร็วทันกับความต้องการของผู้รับบริการ ตัวอย่างเช่น การปรับปรุงวิธีการทำบัตรประชาชนโดยใช้เครื่องมือที่ทันสมัยของกรมการปกครอง การปรับปรุงระบบการนำเข้าและส่งออกสินค้าด้วยการใช้เครือข่ายอินเตอร์เนตของกรมศุลกากรเป็นต้น นอกจากนี้การจัดระบบเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้วยคอมพิวเตอร์ จะทำให้การทำงานและการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ รวดเร็วแม่นยำขึ้น ซึ่งจะทำให้องค์กรบริหารงานได้อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากทิศทางของระบบเศรษฐกิจโลกที่กำลังดำเนินไปสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่ ซึ่งเป็นเศรษฐกิจข้อมูลข่าวสารและเอกสารแบบdigital กรมสรรพากรมีความจำเป็นต้องปรับทิศทางด้านเทคโนโลยีให้ดำเนินไปในทิศทางที่สอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจของโลก เรียกว่า โครงการ e-Revenue หรือ e-Service ในการพัฒนากรมสรรพากรให้เป็น e – Revenue นั้น ได้มุ่งเน้นทางด้านการนำระบบไอทีมาใช้ในการบริหารจัดเก็บให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งทางด้านการนำระบบไอทีมาใช้เพื่อบริการประชาชนและผู้เสียภาษี เพื่อผลิตบริการของกรมสรรพากรผ่านเครือข่าย electronic ก้าวไปสู่ระบบ one stop service หรือ end to end

ทิศทางด้านเทคโนโลยีตามที่กล่าวข้างต้น ข้าราชการของกรมสรรพากรต้องเตรียมตัวยอมรับและรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพการทำงาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในภาคธุรกิจ เพราะสิ่งเหล่านี้ถ้ากรมสรรพากรไม่เตรียมตัวดำเนินการตั้งแต่วันนี้จะถูกกำหนดหรือเรียกร้องจากผู้เสียภาษีในวันข้างหน้า

การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้ก้าวหน้าไปอย่างไม่หยุดยั้ง เป็นนโยบายสำคัญอันดับต้น ๆ ที่กรมสรรพากรให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของผู้เสียภาษี แนวคิดหลากหลายที่ก้าวหน้าที่สุด ได้ถูกนำมาทดลองศึกษาเพื่อประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ ดังนั้นโครงการยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ.30) ผ่านทางอินเตอร์เน็ต ซึ่งเกิดขึ้นและพร้อมให้บริการแก่ผู้เสียภาษีได้ตั้งแต่ 1 พฤษภาคม 2544 เป็นต้นไป ถือเป็นก้าวแรกของการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีโดยผ่านเครือข่ายอิเลคโทรนิคส์

2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐ ฉันทพิริย์พันธ์ และคณะ (2541) ได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจเรื่องความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครพบว่าในด้านพฤติกรรมของผู้ใช้อินเตอร์เน็ต ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านไดเร็กเมล์ หรือทางแคตตาลอกมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าหรือบริการผ่านอินเตอร์เน็ต โดยที่กลุ่มเป้าหมายที่ฐานะในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านอินเตอร์เน็ตจะเป็นกลุ่มนิสิต นักศึกษา และกลุ่มคนทำงานที่มีรายได้ ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่มีจำนวนมาก ในด้านปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านอินเตอร์เน็ต พบว่ามีหลายส่วน คือ ส่วนที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ รวมถึงวิธีการชำระเงิน ส่วนที่เกี่ยวกับคุณประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ และส่วนที่เกี่ยวกับความหลากหลายและรูปแบบการนำเสนอทางอิเล็กทรอนิกส์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สนอง ฉ่ำชื่น (2541) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมผู้ใช้อินเตอร์เน็ตและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้อินเตอร์เน็ต โดยทำงานวิจัยเชิงสำรวจโดยการแจกแบบสอบถามซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 150 คน พบว่า ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชายและมีอายุน้อยกว่า 25 ปี เป็นโสด และอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ซึ่งมักเป็นผู้ที่ทำงานในองค์กรเอกชนหรือเป็นนิสิตนักศึกษา การใช้งานด้านซื้อสินค้าหรือบริการยังอยู่ในระดับที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับการใช้งานด้านอื่น ๆ นอกจากนี้ยังพบว่า ความเร็วในการค้นหาข้อมูลและค่าใช้จ่ายในการใช้อินเตอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงต่อการใช้อินเตอร์เน็ตโดยผู้ที่ใช้มีความกังวลเกี่ยวกับกฎหมายที่รองรับการทำธุรกรรมบนอินเตอร์เน็ต ซึ่งส่งผลให้ E – Commerce ในประเทศไทยยังไม่ค่อยได้รับความนิยม

จิรชา เถาทอง (2542) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการใช้อินเตอร์เน็ตของบุคลากรในมหาวิทยาลัยของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่มประชากร ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ รายได้ต่อเดือนของครอบครัว สาขาวิชาที่ศึกษา ความยากง่ายในการติดต่อกับเครื่องแม่ข่าย ปริมาณเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการ และประเภทเว็บไซต์ที่ใช้ประจำบนอินเตอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้อินเตอร์เน็ต ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คือ อาชีพ ระดับการศึกษา การเป็นเจ้าของคอมพิวเตอร์ สถานที่ที่ใช้อินเตอร์เน็ตประจำ ประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องแม่ข่าย ประสบการณ์ในการใช้อินเตอร์เน็ต ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ ช่วงเวลาที่ใช้อินเตอร์เน็ตเป็นประจำ และบริการที่ใช้ประจำบนอินเตอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้อินเตอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อการค้นหาข้อมูล เลือกใช้บริการ WWW และเลือกเข้าเว็บไซต์บันเทิงมากที่สุด โดยช่วงเวลาที่นิยมเข้าใช้อินเตอร์เน็ตคือ ช่วง 12.00 – 15.00 น. โดยปัญหาอุปสรรคที่พบมากที่สุด คือ ระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้เข้าสู่ระบบอินเตอร์เน็ตมีความเร็วต่ำ และเสนอแนะให้จัดตั้งหน่วยงานให้บริการอินเตอร์เน็ตในราคาถูกเพื่อให้บริการแก่หน่วยงานหรือผู้มีรายได้ต่ำ

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (2542) ได้ศึกษาและรายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทย โดยให้ผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตตอบแบบสอบถามผ่านทางอินเตอร์เน็ต ในระหว่างปลายเดือนสิงหาคม พ.ศ.2542 ถึงปลายเดือนตุลาคม พ.ศ.2542 เป็นระยะเวลา 2 เดือน โดยรวบรวมแบบสอบถามและทำการคัดแยกแบบสอบถามที่ใช้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ไม่ได้ออก เช่น ตอบคำถามขาดหลายคำถาม หรือ มีคำตอบขัดแย้ง ซึ่งสามารถนำแบบสอบถามมาใช้ในการวิเคราะห์ได้ทั้งสิ้น 2,404 ฉบับ ผลการสำรวจพบว่า

1. ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทยที่เป็นชายมีมากกว่าที่เป็นหญิงถึงเกือบสองเท่า

2. กลุ่มผู้ใช้อินเตอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุน้อย คือมักอยู่ในวัยนิสิตนักศึกษาหรือวัยทำงานตอนต้นเป็นส่วนมาก

3. ผู้ตอบแบบสอบถามประมาณร้อยละ 76 ของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตเป็นคนโสด

4. ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตส่วนมาก คือประมาณร้อยละ 68 เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ) การกระจายตัวของการใช้อินเตอร์เน็ตออกสู่จังหวัดอื่น ๆ ยังมีอยู่น้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่นอกเขตอำเภอเมือง

5. กลุ่มผู้ใช้อินเตอร์เน็ตเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูง กล่าวคือ ประมาณร้อยละ 89 จบการศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป

6. สำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นชาย พื้นฐานการศึกษาที่พบมากเป็นพิเศษเรียงตามลำดับคือ วิทยาศาสตร์หรือวิศวกรรมศาสตร์ทางคอมพิวเตอร์ ไฟฟ้า หรือโทรคมนาคม (ร้อยละ 39) สาขาวิชาด้าน พาณิชยศาสตร์และการบริหาร (ร้อยละ 10) และวิศวกรรมศาสตร์สาขาอื่น (ร้อยละ 9) สำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นหญิง พื้นฐานการศึกษาที่พบมากเป็นพิเศษเรียงตามลำดับ คือ สาขาด้านพาณิชยศาสตร์และการบริหาร (ร้อยละ 27) และวิทยาศาสตร์หรือวิศวกรรมศาสตร์ทางด้านคอมพิวเตอร์ ไฟฟ้า หรือโทรคมนาคม (ร้อยละ 20)

7. ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตเกือบทั้งหมดมีความรู้ภาษาอังกฤษ แม้จะมีระดับความเชี่ยวชาญในภาษาแตกต่างกันอยู่บ้าง มีผู้ใช้จำนวนน้อยมาก คือไม่ถึงร้อยละ 1 ที่ไม่มีความรู้ภาษาอังกฤษเลย และอีกประมาณร้อยละ 33 มีความรู้ภาษาอังกฤษในระดับจำกัด คือพออ่าน เข้าใจบ้างแต่ไม่คล่อง ส่วนที่เหลือคือประมาณร้อยละ 66 ไม่มีปัญหาในการอ่านภาษาอังกฤษ

8. สำหรับผู้ใช้อินเตอร์เน็ตที่ทำงานอยู่ สาขาอาชีพพบมากเป็นพิเศษคือ สาขาการศึกษา (เช่นครู อาจารย์) และการวิจัย และสาขาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการผลิต ขายให้บริการ ให้คำปรึกษา หรือดูแลระบบคอมพิวเตอร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ประกอบ หรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์

9. สำหรับลักษณะการใช้ ส่วนคือประมาณร้อยละ 68 ระบุตนเองใช้อินเตอร์เน็ตไปในทางการหาข้อมูล ความรู้ และข่าวสารมากที่สุด ในขณะที่ประมาณร้อยละ 13 ระบุว่าใช้อินเตอร์เน็ตสำหรับการติดต่อส่วนตัว (เช่น ติดต่อกับเพื่อน) มากที่สุด และอีกประมาณร้อยละ 11 ระบุว่าใช้สำหรับการติดต่อไม่ส่วนตัว (เช่น ติดต่อทางธุรกิจ) มากที่สุด การใช้ในลักษณะอื่น ๆ เช่น เพื่อความบันเทิง (เช่น ซื้อของ เล่นเกมส์) หรือเพื่อการโฆษณาขายสินค้าหรือบริการถูกระบุเพียงน้อยครั้ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

10. สำหรับผลการสำรวจเกี่ยวกับปัญหาที่ประสบจากการใช้อินเตอร์เน็ตนั้นปัญหาความล่าช้าของการรับส่งสัญญาณนับเป็นปัญหาที่ถูกระบุถึงมากที่สุด ในขณะที่ปัญหาภาระค่าใช้จ่าย ปัญหาความเชื่อถือได้ของบริการเครือข่าย (เช่นการติดต่อไม่เข้า หรือสัญญาณหลุด) และปัญหาการมีแหล่งยั่วยุทางเพศบนอินเตอร์เน็ต ก็เป็นปัญหาที่ถูกระบุถึงมากเช่นกัน

11. ในส่วนของผลการสำรวจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อทางอินเตอร์เน็ตนั้น ผลของการสำรวจแสดงให้เห็นว่าความนิยมซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเตอร์เน็ตในหมู่คนไทยยังมีอยู่น้อย กล่าวคือเพียงไม่ถึงร้อยละ 20 ของผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าเคยซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเตอร์เน็ต เหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตไม่สนใจหรือไม่ต้องการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเตอร์เน็ตคือ ไม่สามารถเห็นหรือจับต้องสินค้าได้เหมือนการซื้อจากร้าน ไม่ต้องการให้เบอร์บัตรเครดิตทางอินเตอร์เน็ตคือ หนังสือหรือข้อมูล โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และเพลง โดยการส่งสินค้าทางไปรษณีย์ยังเป็นที่นิยมมากกว่าการส่งทางอิเล็คทรอนิกส์ เป็นที่น่าสนใจว่าเมื่อแยกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็นหญิงและชาย จะพบว่าผู้ใช้อินเตอร์เน็ตที่เป็นชายมีความนิยมในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเตอร์เน็ตมากกว่าผู้ใช้ที่เป็นผู้หญิงกล่าวคือ เพียงประมาณร้อยละ 10 ของผู้หญิงเทียบกับมากกว่าร้อยละ 20 ของผู้ชาย ตอบว่าเคยซื้อสินค้าหรือบริการผ่านอินเตอร์เน็ต

กฤษดา สุรชาติชัยกุล (2543) ได้ศึกษาถึงปัจจัยทางด้านการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเตอร์เน็ตเอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งใช้วิธีสอบถามจากผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตจากบริษัทให้บริการอินเตอร์เน็ตเอกชนจำนวน 4 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 120 คน ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่รู้จักอินเตอร์เน็ตจากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำและสื่อสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจคือเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำเช่นเดียวกัน

ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเตอร์เน็ตเอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ กระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และด้านสถานที่

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเตอร์เน็ตเอกชนมากที่สุดคือ ด้านความเร็วและถูกต้องแม่นยำ รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยีที่สูงทันสมัย และระบบที่เป็นมาตรฐานสากล

ปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเตอร์เน็ตเอกชนมากที่สุดคือ ระบบในการให้บริการมีความรวดเร็ว และวิธีการชำระค่าบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเตอร์เน็ตเอกชนมากที่สุดคือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเตอร์เน็ตเอกชนมากที่สุดคือความรู้ความสามารถของพนักงาน และรองลงมาคือด้านความรวดเร็วในการให้บริการ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเตอร์เน็ตเอกชนมากที่สุดคือ ชื่อเสียงของบริษัท

ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเตอร์เน็ตเอกชน คือ การทดลองใช้บริการฟรีมากที่สุด และรองลงมาคือ การลดราคาค่าบริการ

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเตอร์เน็ตเอกชนมากที่สุดคือ ทำเลใกล้ตัวเมือง หาง่าย และรองลงมาคือ บรรยากาศการตกแต่งภายในบริษัท

ปัญหาที่ผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตพบในการใช้บริการของผู้ให้บริการอินเตอร์เน็ตในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดได้แก่ คู่สายโทรศัพท์ไม่ว่าง หรือสายหลุดบ่อย รองลงมาคือ เครื่องเดินช้า หรือเครื่องหยุดการทำงาน (HANK) และระบบซับซ้อน ยากต่อการเข้าใจ ตามลำดับ

บุษบา มาลาศรี (2544) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็คทรอนิกส์ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตส่วนมากมีที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 62 และอีกร้อยละ 38 อาศัยอยู่ในต่างจังหวัด ส่วนมากมีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาคืออายุระหว่าง 30 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25 และผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีร้อยละ5 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 64 รองลงมาคือระดับปริญญาโท ร้อยละ 18 ด้านอาชีพปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 55 รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษาร้อยละ 19 ด้านรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนส่วนมากมีรายได้ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมาคือรายได้อยู่ระหว่าง 20,000 – 25,000 บาท พฤติกรรมในการใช้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ตพบว่าส่วนมากใช้อินเตอร์เน็ตมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 69 ระยะเวลาที่ใช้อินเตอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันต่ำกว่า 2 ชั่วโมง ร้อยละ 41 รองลงมาใช้อินเตอร์เน็ต 2-6 ชั่วโมง ร้อยละ 40 สถานที่ที่ใช้อินเตอร์เน็ตส่วนมากใช้ในสถานที่ทำงาน ร้อยละ59 รองลงมาใช้ที่ร้านให้บริการร้อยละ 27 สำหรับด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่าส่วนมากไม่เคยใช้บริการร้อยละ 70 และเคยใช้บริการร้อยละ 30 โดยมาเหตุผลที่สำคัญในการซื้อสินค้าและบริการคือต้องการทดลองสั่งซื้อ และรองลงมาเป็นสินค้าที่ไม่มีขายในประเทศไทย และมีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นสินค้าและบริการที่ทันสมัย และเป็นสินค้าและบริการที่ไม่ต้องเสียภาษี ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สัจจะ ตันจันทร์พงศ์ (2544) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้อินเตอร์เน็ตของข้าราชการมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อความต้องการใช้งานอินเตอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ อายุ การมีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้ที่ทำงาน การมีจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของมหาวิทยาลัยและการมีจดหมายอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ซึ่งอายุมีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้อินเตอร์เน็ตในทิศทางตรงกันข้าม ส่วนการมีจดหมายอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้อินเตอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยในทิศทางเดียวกัน

สรุปโดยรวมแล้ว ผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่าการใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทย ยังมีการกระจุกตัวอยู่ในหมู่ประชาชนเพียงเฉพาะกลุ่มเท่านั้นคือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯและพื้นที่ใกล้เคียง มีการศึกษา มีความรู้ภาษาอังกฤษ และมักเป็นผู้ที่มีความสนใจในคอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยีทางการสื่อสารและสารสนเทศเป็นพิเศษ (เห็นได้จากสาขาการศึกษาหรือสาขาอาชีพ) หรือเป็นผู้ที่ทำงานอยู่ในแวดวงการศึกษา การวิจัย อีกนัยหนึ่งคือ การใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทยยังไม่มีการกระจายตัวสู่ประชาชนในวงกว้าง นอกจากนี้ยังจะเห็นได้ว่า การใช้อินเตอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ทั้งในฐานะของการเป็นผู้ขายและการเป็นผู้ซื้อยังไม่เป็นที่นิยมนัก

ในแง่ของปัญหาสำคัญของการใช้อินเตอร์เน็ต จะเห็นได้ว่าปัญหาหลายประการที่มีการระบุถึง เช่น ความล่าช้าในการรับ – ส่งสัญญาณ การติดต่อไม่เข้าหรือสัญญาณขาดหายเป็นปัญหาที่สามารถแก้ไขโดยการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคม นอกจากนี้ปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายและปัญหาการมีแหล่งยั่วยุบนอินเตอร์เน็ตก็เป็นปัญหาสำคัญที่ควรเร่งแก้ไขเช่นกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved