

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
ต่อการใช้งานเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ต

ผู้เขียน นางสาวจริยา ลิมจิระจรัส

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ นายสุวรรณ

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษาปริญญาตรี  
ต่อการใช้งานเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ต ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัย  
เชียงใหม่ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวนตัวอย่าง 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ  
เชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ชั้นปีที่ 3 ขึ้นไป  
กลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษาอยู่ มากที่สุดคือ วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และ สังคมศาสตร์ หลักสูตรภาค  
ปกติ ส่วนใหญ่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ Note Book เป็นอุปกรณ์ในการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต  
ผ่านระบบเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ต ส่วนการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตโดยผ่านผู้ให้บริการเอกชน  
มากที่สุดคือ 3BB

จากการศึกษาด้านพฤติกรรมของนักศึกษาปริญญาตรีต่อการใช้งานเครือข่ายไร้สาย  
จัมป์เน็ต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีลักษณะการใช้งานระบบเครือข่ายไร้สายจัมป์  
เน็ต คือ ส่วนใหญ่จะใช้ระบบเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ตของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ระบบเดียว และ  
ใช้เพื่อเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต โดยมีวัตถุประสงค์ที่ใช้ระบบเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ต 2  
อันดับแรก ดังต่อไปนี้คือ 1) การใช้เพื่อการศึกษา ลำดับแรก คือ ใช้ในการลงทะเบียนเรียน  
รองลงมาคือ ใช้ในการค้นคว้าเอกสารประกอบการเรียนหรือรายงาน 2) การใช้เพื่อความบันเทิง

ลำดับแรก คือ เพื่อฟังเพลง/รับฟังวิทยุ รองลงมาคือ เพื่อชมภาพยนตร์ 3) การใช้เพื่อการติดต่อสื่อสาร ลำดับแรก คือ พุดคุย (Chat) กับคนรู้จัก รองลงมาคือ Social Network 4) การใช้เพื่อซื้อสินค้า/บริการ ลำดับแรก คือ ซื้อตั๋วภาพยนตร์ รองลงมาคือ คูตารางรถไฟ/รถโดยสาร/เครื่องบิน 5) การใช้เพื่อกิจกรรมอื่น ลำดับแรกคือ ดาวน์โหลดไฟล์ต่างๆ รองลงมาคือ แสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดต่างๆ สำหรับเหตุผลที่เลือกใช้บริการระบบเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ตของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ลำดับแรก คือ เพราะต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ เพราะมีสัญญาณทั่วทุกบริเวณในมหาวิทยาลัย โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการระบบเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ตในระดับเฉยๆ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ต ลำดับแรกคือ ตนเอง รองลงมาคือ เพื่อน ช่วงเวลาที่ใช้บริการระบบเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ต ลำดับแรกคือ 12.01 - 16.00 น. รองลงมาคือ 20.01 - 24.00 น. โดยระยะเวลาที่ใช้ระบบเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ตต่อครั้ง ลำดับแรกคือ 1-2 ชม./ครั้ง รองลงมาคือ 3-4 ชม./ครั้ง ความถี่ในการใช้ระบบเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ต ลำดับแรกคือ ใช้ทุกวัน รองลงมาคือ 2-3 วันต่อสัปดาห์ สถานที่ที่ใช้งานเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ต อันดับแรกคือบริเวณคณะที่ศึกษาอยู่ รองลงมาคือ สำนักหอสมุด ส่วนใหญ่รู้จักระบบเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ตจาก เพื่อน รองลงมาคือ เว็บไซต์ มากกว่าด้านอื่น

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้งานเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยจำแนกตามปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการผลตัดสินใจเลือกใช้งานเครือข่ายไร้สายจัมป์เน็ต ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยลำดับแรก คือ ความเพียงพอของจุดที่ให้บริการกับจำนวนนักศึกษา

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยลำดับแรก คือ ไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการขอคำปรึกษาและการให้ความช่วยเหลือด้านการบริการ IT

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยลำดับแรก คือ การปล่อยสัญญาณอินเทอร์เน็ตตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้สะดวกต่อการใช้งาน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยลำดับแรก คือ การใช้ชื่อจุดปล่อยสัญญาณว่า “Jumbo Net” ทำให้ทราบว่ากำลังใช้บริการของระบบเครือข่ายไร้สายของมหาวิทยาลัย

**Independent Study Title** Behaviors of Chiang Mai University Undergraduate Students  
Towards Using the Jumbo Net Wireless Network

**Author** Ms. Jariya Limjeerajarat

**Degree** Master of Business Administration (Marketing)

**Independent Study Advisor**  
Associate Professor Dr. Chirawan Chaisuwan

## **ABSTRACT**

This independent study investigated the behaviors of Chiang Mai University undergraduate students towards the usage of Jumbo Net wireless network. The population in this student was Chiang Mai University undergraduate students with 400 samples were collected. Descriptive statistics were used for analyzing the data. According to the analyzed results, the majority of respondents were 3rd and 4th year female students who were studying in Technology Sciences and Social Sciences. Most of them connected the internet via Jumbo Net, the university's wireless network service. The second choice was 3BB provided by commercial provider.

Based upon the findings about behaviors of Chiang Mai University undergraduate students towards using the Jumbo Net wireless network, most of the samples used only the Jumbo Net for connecting to internet and the first two main purposes of the usage on each following categories were; 1) education purpose, for online courses registration and academic research activities 2) entertainment purpose, for online music and movies listening to and watching 3) communication purpose, for online chatting and social networking with friends and relatives 4) online shopping purpose, for movie tickets buying and rail/bus/flight timetables checking 5) other activities purpose, for files downloading and web board posting. The reasons

the samples used Jumbo Net because of the economic price and campus-wide coverage. Samples rated their satisfaction at moderate level. The self and the peers were the most influential factors in Jumbo Net usage. The highest peak usage time was between 12:01-16:00 PM., and the peak time was between 20:01-24:00 PM. The average connection time was 1-2 hours and 3-4 hours. The frequencies in using Jumbo Net were everyday and 2-3 days a week. The most favorite places where the samples used Jumbo Net were referred to the faculty area and main library. Most of the samples knew about Jumbo Net from friends and the service website.

On the marketing mix factors, the respondents rated moderate satisfaction on price, place, product/service and promotion factors. On each factor, the influencing sub factors were;

In terms of product/service, the respondents gave the highest importance on the availability of WIFI access points.

In terms of price, the respondents gave the highest importance on free IT service.

In terms of place, the respondents gave the highest importance on 24/7 service.

In terms of promotion, the respondents gave the highest importance on the showing of access point named Jumbo Net that assured users they were using the official university service.