

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของอาจารย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนความต้องการในการใช้อินเทอร์เน็ตของอาจารย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างได้แก่อาจารย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต รวมทั้งสิ้น 200 คน คัดเลือกโดยสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) ตามสัดส่วนอาจารย์ในแต่ละคณะ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) 2 ขั้นตอน โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) เพื่อให้ได้ปัญหาและอุปสรรค ความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการใช้อินเทอร์เน็ตในเบื้องต้นแล้วจึงนำมาออกแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผลการวิจัยสามารถสรุปได้เป็น 4 ส่วนดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน เป็นเพศชาย 109 คน คิดเป็น ร้อยละ 54.5 และเพศหญิงจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 โดยส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย ต่ำกว่า 31 ปี และการศึกษาขั้นสูงสุดระดับปริญญาโท สอนกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ (ตารางที่ 1)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมโมเด็มที่บ้าน เริ่มใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมากกว่า 3 ปี นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเคยได้รับการอบรมจากหน่วยงานในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มากที่สุด โดยมีระยะเวลาการฝึกอบรม 1-4 ชั่วโมง (ตารางที่ 2)

#### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้งานอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งานอินเทอร์เน็ต 2-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์มากที่สุด รองลงมาใช้เวลามากกว่า 5-10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และมากกว่า 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จำนวนเท่ากัน (ตารางที่ 3) ในด้านการใช้งานผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตรับส่ง E-mail มากที่สุด รองลงมาใช้ติดตามข้อมูลข่าวสาร ใช้ค้นหาว่าทำงานวิจัย ใช้ดูข้อมูลทั่วไปในเว็บไซต์ ใช้ในการเรียนการสอน ใช้ส่งข้อความ ใช้พูดคุยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet phone) และใช้เพื่อทำธุรกรรมตามลำดับ

การใช้งานอินเทอร์เน็ตใช้ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มากที่สุด รองลงมาใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต และมหาวิทยาลัยหรือองค์กรอื่นตามลำดับ โดยที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามติดต่อบริษัทอินเทอร์เน็ตภายในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมาติดต่อบริษัทอินเทอร์เน็ตภายนอกมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 20.5 (ตารางที่ 4)

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต

ปัจจัยที่ทำการศึกษาได้แก่ (1) ปัจจัยเฉพาะบุคคล (Individual difference) ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และกลุ่มสาขาวิชาที่สอน (2) ปัจจัยการตลาด (Marketing stimuli) (3) ผู้มีอิทธิพลต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ต (Personal influences) และ (4) ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

#### 1. ปัจจัยเฉพาะบุคคล

##### 1.1 เพศ

- เพศชาย ใช้อินเทอร์เน็ตนอกเวลาทำงานมากที่สุด (ตารางที่ 7) และใช้อินเทอร์เน็ตรับส่ง E-mail มากที่สุด (ตารางที่ 9)

- เพศหญิง ใช้อินเทอร์เน็ตนอกเวลาทำงานและในเวลาทำงานจำนวนเท่ากัน (ตารางที่ 7) และใช้อินเทอร์เน็ตติดตามข้อมูลข่าวสารมากที่สุด (ตารางที่ 9)

##### 1.2 อายุ

- อายุต่ำกว่า 31 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตนอกเวลาทำงานมากที่สุด (ตารางที่ 11) และใช้อินเทอร์เน็ตรับส่ง E-mail มากที่สุด (ตารางที่ 13)

- อายุ 31-40 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตนอกเวลาทำงานมากที่สุด (ตารางที่ 11) และใช้อินเทอร์เน็ตรับส่ง E-mail มากที่สุด (ตารางที่ 13)

- อายุ 41-50 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตนอกเวลาทำงาน และในเวลาทำงานจำนวนเท่ากัน (ตารางที่ 11) และใช้อินเทอร์เน็ตรับส่ง E-mail มากที่สุด (ตารางที่ 13)

- อายุ 51-60 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตในเวลาทำงานมากที่สุด (ตารางที่ 11) และใช้อินเทอร์เน็ตพูดคุยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet Phone) มากที่สุด (ตารางที่ 13)

##### 1.3 ระดับการศึกษา

- ปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 10 ชั่วโมง (ตารางที่ 14) ใช้นอกเวลาทำงานมากที่สุด (ตารางที่ 15) และใช้เพื่อค้นหาความรู้มากที่สุด (ตารางที่ 16)

- ปริญญาโท ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต 2-5 ชั่วโมง (ตารางที่ 14) ใช้นอกเวลาทำงานมากที่สุด (ตารางที่ 15) และใช้เพื่อค้นหาความรู้มากที่สุด (ตารางที่ 16)

- ปริญญาเอก ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต 2-5 ชั่วโมง (ตารางที่ 14) ใช้นอกเวลาทำงานมากที่สุด (ตารางที่ 15) และใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อสื่อสารมากที่สุด (ตารางที่ 16)

#### 1.4 กลุ่มสาขาวิชาที่สอน

- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 10 ชั่วโมง (ตารางที่ 18) โดยใช้เพื่อค้นหาความรู้มากที่สุด (ตารางที่ 20)
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต 5-10 ชั่วโมง (ตารางที่ 18) โดยใช้เพื่อค้นหาความรู้มากที่สุด (ตารางที่ 20)
- กลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต 2-5 ชั่วโมง (ตารางที่ 18) โดยใช้เพื่อติดต่อสื่อสารมากที่สุด (ตารางที่ 20)

#### 2. ปัจจัยการตลาด

- 2.1 ราคา ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าราคามีผลต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 43.0 (ตารางที่ 5)
- 2.2 การจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 11.5 (ตารางที่ 5)
- 2.3 ผลិតภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 95.5 (ตารางที่ 5)
- 2.4 การส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 16.5 (ตารางที่ 5)

#### 3. ผู้มีอิทธิพลต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ต

- 3.1 อาจารย์ในคณะหรือภาควิชาที่สังกัดอยู่ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าอาจารย์ในคณะหรือภาควิชาที่สังกัดอยู่มีผลต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.5 (ตารางที่ 5)
- 3.2 เพื่อน ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเพื่อนมีผลต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตรองลงมาคิดเป็นร้อยละ 53.0 (ตารางที่ 5)
- 3.3 นักศึกษาที่สอน ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่านักศึกษาที่สอนมีผลต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 42.0 (ตารางที่ 5)
- 3.4 ครอบครัว ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าครอบครัวมีผลต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 27.5 (ตารางที่ 5)

#### 4. ประสิทธิภาพในการใช้อินเทอร์เน็ต

- 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 2 ชั่วโมง (ตารางที่ 10) ใช้นอกเวลาทำงานมากที่สุด (ตารางที่ 11) ใช้เพื่อค้นหาความรู้มากที่สุด (ตารางที่ 12) และใช้รับส่ง E-mail มากที่สุด (ตารางที่ 13)

4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 1-2 ปี ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต 2-5 ชั่วโมง (ตารางที่ 10) ใช้ในเวลาทำงานมากที่สุด (ตารางที่ 11) ใช้เพื่อติดต่อค้นหาหาความรู้มากที่สุด (ตารางที่ 12) และใช้ติดตามข่าวสารมากที่สุด (ตารางที่ 13)

4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 2-3 ปี ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต 2-5 ชั่วโมง (ตารางที่ 10) ใช้ในเวลาทำงานมากที่สุด (ตารางที่ 11) ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารมากที่สุด (ตารางที่ 12) และใช้รับส่ง E-mail มากที่สุด (ตารางที่ 13)

4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต 2-5 ชั่วโมง (ตารางที่ 10) ใช้นอกเวลาทำงานมากที่สุด (ตารางที่ 11) ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารมากที่สุด (ตารางที่ 12) และใช้รับส่ง E-mail มากที่สุด (ตารางที่ 13)

#### ส่วนที่ 4 ปัญหาอุปสรรคและความต้องการในการใช้งานอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอุปสรรคในการใช้งาน 5 อันดับแรก คือ

- ระบบเครือข่ายมีปัญหาบ่อย
- เครื่องคอมพิวเตอร์มีไม่เพียงพอ
- เครื่องคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพต่ำ
- เครื่องคอมพิวเตอร์ไม่มีอุปกรณ์ต่อพ่วงที่ต้องใช้
- การจำกัดระยะเวลาให้บริการ

นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในการใช้อินเทอร์เน็ต 5 อันดับแรก คือ

- ต้องการให้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่พัฒนาเครือข่ายที่เร็วมากขึ้น
- ต้องการให้มีการจัดสรรเครื่องคอมพิวเตอร์ให้เพียงพอต่ออาจารย์
- ต้องการให้เชื่อมฐานข้อมูลของห้องสมุดกับเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ต้องการให้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่สนับสนุนการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการเรียนการสอน
- ต้องการให้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีหน่วยงานสนับสนุนการสร้างเว็บไซต์ของอาจารย์เพื่อนำมาช่วยในการเรียนการสอนผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

## อภิปรายผลการศึกษา

ในการศึกษานี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตโดยยึดแนวทางการศึกษาจากแผนภูมิรูปภาพในหน้า 20 ซึ่งกล่าวถึงส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค 3 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยจากสภาพแวดล้อม ปัจจัยเฉพาะบุคคล และปัจจัยการตลาด

- พฤติกรรมใช้ของผู้บริโภคในที่นี้ ได้แก่ พฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น

- การประเมินการเลือกหลังการใช้

ซึ่งในส่วนนี้เลือกศึกษาในด้านความไม่พอใจในการใช้อินเทอร์เน็ตและความต้องการปรับปรุงใช้ให้ดีขึ้น จากผลการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายตามหัวข้อหลัก 3 ส่วนได้ดังนี้

**1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค (Factors influencing consumer's buying behavior) ซึ่งมี 3 ปัจจัยได้แก่**

1.1 ปัจจัยจากสภาพแวดล้อม (Environmental's influence) ทางด้านวัฒนธรรม สถานภาพทางสังคม ครอบครัว และอิทธิพลจากบุคคลอื่น (Individual influence)

การศึกษานี้มุ่งศึกษาถึงอิทธิพลจากบุคคลอื่นที่มีต่อพฤติกรรมในการใช้งานอินเทอร์เน็ตในที่นี้ ได้แก่ อาจารย์ในคณะหรือภาควิชาที่สอน เพื่อนและครอบครัว จากการศึกษาพบว่าอาจารย์ในคณะหรือภาควิชาที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มากที่สุด รองลงมาได้แก่ เพื่อน นักศึกษาที่สอน และครอบครัว ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

1.2 ปัจจัยเฉพาะบุคคล (Individual difference) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สอน ประสบการณ์ทางนวัตกรรม

จากการศึกษาพบว่าอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่เป็นเพศหญิงใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาความรู้มากกว่า อาจารย์ที่เป็นเพศชาย ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยในปี พ.ศ. 2541 ของ สนอง นำชื่น และมณีวัลย์ เอเมอร พบว่าเพศชายใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าเพศหญิง และส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี นอกจากนี้ยังพบว่าอาจารย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาโท และมีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมากกว่า 3 ปี (ตารางที่ 1)

1.3 ปัจจัยทางการตลาด (Marketing stimuli) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ปัจจัยทางการตลาดมุ่งประเด็นศึกษาความพลอดคล้องของข้อมูล ความน่าเชื่อถือของระบบ ความสะดวกในการต่อใช้อินเทอร์เน็ต ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ราคาค่าบริการ อินเทอร์เน็ต สื่อโฆษณา คนรู้จักแนะนำ ความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านความรวดเร็วและความสะดวกในการใช้งาน (ตารางที่ 5) ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาในปี 2540 ของ สมคิด เลิศไพฑูริยประเสริฐ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจมากที่สุด

2. พฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภค (Consumer's buying behavior) มุ่งศึกษาในเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (Consumption) ได้แก่ เหตุผลในการใช้ ทำอะไร ใช้เมื่อไร ระยะเวลาในการใช้

จากการศึกษาพบว่า อาจารย์ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ใช้เพื่อค้นหาความรู้มากที่สุด ร้อยละ 86.5 รองลงมาใช้เพื่อติดต่อสื่อสารร้อยละ 83.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 4) ระยะเวลาในการใช้งาน อินเทอร์เน็ต 2-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยส่วนใหญ่ใช้นอกเวลาทำงาน (ตารางที่ 3) ใช้ติดต่อรับส่ง E-mail มากที่สุดร้อยละ 93.5 และใช้ติดต่อระหว่างเพื่อนร่วมงานร้อยละ 25.0 (ตารางที่ 22) ซึ่งต่างจากผลการศึกษา ในปี พ.ศ. 2541 ของ ไชโรและโรบินเทเรซา พบว่าอาจารย์ส่วนใหญ่ใช้เพื่อหาความรู้โดยอาจารย์ที่ใช้ E-mail และอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 33.8 เปอร์เซ็นต์มีเพียง 11.3 เปอร์เซ็นต์ ที่ใช้ติดต่อระหว่างผู้ร่วมงาน

3. การประเมินทางเลือกหลังการใช้ (Post Consumption Evaluation) มุ่งศึกษาในเรื่องความไม่พอใจของผู้ใช้ (Customer dissatisfaction) ได้แก่ ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งาน อินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาพบว่า อาจารย์ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีความเห็นว่าเครือข่ายมีปัญหาบ่อยมากที่สุด รองลงมาคือคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอต่อจำนวนอาจารย์และเครื่องคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพต่ำ (ตารางที่ 36) ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาในปี พ.ศ. 2541 ของ สนอง คำชื่น ที่พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้อินเทอร์เน็ต 5 อันดับแรก ตามค่าเฉลี่ยของคะแนน คือ การเสียเวลารอระหว่างการดาวน์โหลดข้อความหรือภาพ (4.23) ความเร็วในการเชื่อมต่อเข้าเครือข่าย (4.17) การอัปเดตข้อมูลและเนื้อหาบน Web page (4.16) อัตราค่าใช้จ่ายการเป็นสมาชิก ISPs (4.15) และการออกแบบ Browser ที่ง่ายต่อการใช้งาน (4.12)

## ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในด้านระยะเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ต เหตุผลในการใช้งานอินเทอร์เน็ต และลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มสาขาวิชาได้แก่ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1. ระยะเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ พบว่าอาจารย์กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีส่วนใหญ่ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่า 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ อาจารย์กลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ส่วนใหญ่ใช้งานอินเทอร์เน็ต 2-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และอาจารย์กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพส่วนใหญ่ใช้งานอินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ตารางที่ 18)

2. ช่วงเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ต พบว่าอาจารย์ทั้ง 3 กลุ่มวิชาใช้อินเทอร์เน็ตนอกเวลาทำงานมากที่สุด รองลงมาใช้อินเทอร์เน็ตในเวลาทำงาน (ตารางที่ 19) ในช่วงเวลา 13.01-16.00 น. มากที่สุด (36%) (ตารางที่ 3)

3. เหตุผลในการใช้งานอินเทอร์เน็ต พบว่าอาจารย์กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและกลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นคว้าหาความรู้มากที่สุด ขณะที่อาจารย์กลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อสื่อสารมากที่สุด (ตารางที่ 20)

4. ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ต พบว่า

- อาจารย์ทั้ง 3 กลุ่มสาขาวิชาใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อรับส่ง E-mail มากที่สุด รองลงมาใช้เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร (ตารางที่ 21)

- อาจารย์กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อกับอาจารย์ต่างประเทศมากที่สุด อาจารย์กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพใช้เพื่อติดต่อกับบุคคลทั่วไปมากที่สุด (ตารางที่ 22)

- อาจารย์ทั้ง 3 กลุ่มสาขาวิชาใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามข่าวเกี่ยวกับวิชาชีพมากที่สุด รองลงมาใช้เพื่อติดตามข่าวประจำวัน (ตารางที่ 23)

- อาจารย์ทั้ง 3 กลุ่มสาขาวิชาใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนทนาในกลุ่มวิชาการมากที่สุด รองลงมาใช้สนทนาในกลุ่มบันเทิงต่างๆ (ตารางที่ 24)

- อาจารย์กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสั่งซื้อหนังสือมากที่สุด ขณะที่อาจารย์กลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสั่งซื้อคอมพิวเตอร์มากที่สุด (ตารางที่ 25)

- อาจารย์กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และกลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นคว้าผ่านฐานข้อมูลต่างประเทศที่ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมการขอข้อมูลมากที่สุด ขณะที่อาจารย์กลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ใช้ค้นคว้าผ่านฐานข้อมูลภายในประเทศที่ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมมากที่สุด (ตารางที่ 26)

- อาจารย์ทั้ง 3 กลุ่มสาขาวิชาใช้อินเทอร์เน็ตค้นคว้าหาข้อมูลนำมาช่วยในการเรียนการสอนมากกว่าใช้ในการสอนโดยตรง เช่น ทำสื่อการสอน ให้นักศึกษาซักถามหรือส่งงานทางอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 27)

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษานี้ พบสิ่งที่น่าสนใจที่สามารถนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการสนับสนุนการใช้งานอินเทอร์เน็ตของอาจารย์มากขึ้นดังนี้

1. ควรปรับปรุงแก้ไขการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตให้มีเสถียรภาพ และมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่รองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตมาปรับใช้ อาทิ เช่น เทคโนโลยี ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่รองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตด้วยความเร็ว 8 Mbps ผ่านคู่สายโทรศัพท์พื้นฐาน

2. ควรจัดสรรเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพสูงให้อาจารย์ใช้งานอย่างพอเพียง

3. ควรจัดหาอุปกรณ์ต่อพ่วงที่จำเป็นต้องใช้ เช่น เครื่องพิมพ์ ช่องอ่านซีดีรอม และระบบเสียง เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้อาจารย์ในการใช้อุปกรณ์ดังกล่าวสำหรับการค้นคว้าทำงานวิจัย

4. ผู้บริหารการศึกษาควรมีนโยบายให้อาจารย์นำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการเรียนการสอน เช่น ทำสื่อการสอนทางอินเทอร์เน็ต เปิดการเรียนการสอนทางไกลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

5. เชื่อมโยงฐานข้อมูลเพื่อใช้ค้นคว้าทำงานวิจัยเข้ากับเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่ออำนวยความสะดวกต่ออาจารย์ในการใช้อินเทอร์เน็ตให้เป็นประโยชน์ในการเรียนการสอนและการวิจัยซึ่งเป็นพันธกิจของมหาวิทยาลัยที่ตั้งไว้



6. ให้เลขที่บัญชี (Account) แก่อาจารย์ทุกท่าน โดยไม่จำกัดเวลาในการเชื่อมต่อผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อความสะดวกในการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการเรียนการสอน หรือการสร้างเว็บไซต์ช่วยในการเรียนการสอน

7. ให้การแนะนำ และการฝึกอบรมการเขียน Web Page แก่อาจารย์ทุกท่าน โดยเน้นโปรแกรมที่ง่ายในการใช้งาน

### ปัญหาและข้อจำกัดในการทำวิจัย

1. จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) อาจารย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ก่อนการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามพบว่า มีอาจารย์ส่วนหนึ่งที่ไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตหรือไม่เคยใช้งานมานานมากและปัจจุบันไม่ได้ใช้งาน ซึ่งเป็นข้อจำกัดหนึ่งในการหากลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล

2. ผู้ทำการวิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามในช่วงที่อาจารย์กำลังออกข้อสอบทำให้ใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามนานกว่าที่กำหนดไว้ ดังนั้นแบบสอบถามที่ได้รับจะอยู่ในช่วงเวลาต่างกัน