

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้กล่าวถึงเรื่อง สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และ ข้อเสนอแนะ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### การสรุปผลการศึกษา

##### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 321 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 77.88 ศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 68.23 มีผลการเรียนในช่วง 3.00 และมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 47.35 และรองลงมาคือมีผลการเรียนในช่วง 2.50 – 2.99 คิดเป็นร้อยละ 31.15 ส่วนใหญ่มีปัญหาทางด้าน พื้นฐานภาษาอังกฤษอยู่บ้าง ทั้งอ่านและพูด คิดเป็นร้อยละ 44.55 และรองลงมาคือสามารถอ่าน เข้าใจดี พอพูดได้ แม้จะไม่คล่องมากนัก คิดเป็นร้อยละ 43.30 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 56.39 และมีประสบการณ์ในการเยี่ยมชมหรือใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาเป็นระยะเวลา 6 เดือน -1 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.26 รองลงมาคือมีประสบการณ์ในการใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษามากกว่า 1 ปี -2 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.97

##### 2. ข้อมูลความต้องการในส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์บริการการศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเข้าใช้และสนใจในการให้บริการตัวอย่างข้อสอบของเว็บไซต์บริการการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 76.32 รองลงมาคือเคยเข้าใช้และสนใจในการให้บริการข่าวการศึกษาคิดเป็นร้อยละ 62.93 โดยที่ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการปรับปรุงข้อมูล (update) ในเว็บไซต์บริการการศึกษาทุก ๆ 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 57.94

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยินดีชำระเงินจากการใช้บริการหรือสั่งซื้อหนังสือจากเว็บไซต์บริการการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 67.60 รองลงมาคือไม่ต้องการชำระเงินจากการใช้บริการหรือสั่งซื้อหนังสือจากเว็บไซต์บริการการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 18.07 และไม่แน่ใจ คิดเป็น

ร้อยละ 14.33 จากกลุ่มที่มีความยินดีและไม่แน่ใจที่จะชำระเงิน ส่วนใหญ่ต้องการชำระเงินจากการใช้บริการหรือสั่งซื้อหนังสือจากเว็บไซต์บริการการศึกษาทางธนาณัติหรือตัวแลกเงิน คิดเป็นร้อยละ 33.46 รองลงมาคือต้องการชำระเงินจากการใช้บริการหรือสั่งซื้อหนังสือจากเว็บไซต์บริการการศึกษาทางธนาคาร เช่น การโอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 26.24 และส่วนใหญ่ต้องการให้เก็บค่าใช้บริการแบบตามจำนวนครั้งของบริการที่เลือกใช้โดยอัตราค่าบริการในแต่ละบริการแตกต่างกัน คิดเป็นร้อยละ 50.95 รองลงมาคือต้องการให้เก็บค่าบริการแบบสมาชิก คือ จ่ายรายเดือนแล้วสามารถใช้บริการได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง และไม่จำกัดประเภทบริการ คิดเป็นร้อยละ 49.05

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้ตำแหน่งของเมนูหลักอยู่ด้านซ้ายของทุก ๆ หน้า (เว็บเพจ) ของเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 33.64 รองลงมาคือต้องการให้ตำแหน่งของเมนูหลักอยู่ด้านซ้ายของหน้าแรก (โฮมเพจ) คิดเป็นร้อยละ 27.73 และต้องการให้เมนูมีลักษณะเป็นปุ่มข้อความผสม รูปภาพ คิดเป็นร้อยละ 67.60 รองลงมาคือเป็นปุ่มข้อความ คิดเป็นร้อยละ 23.05 ส่วนใหญ่ต้องการให้ภาษาที่ใช้บนเว็บไซต์บริการการศึกษามีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษตามความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 91.59 และต้องการให้ระดับความเป็นทางการของภาษาที่ผู้ให้บริการใช้สื่อสารแล้วแต่ความเหมาะสมของเนื้อหาแต่ละส่วน คิดเป็นร้อยละ 79.75 โดยที่ในแต่ละหน้าเว็บเพจมีการจัดวางเนื้อหาเป็นแบบ 2 สดมภ์ คิดเป็นร้อยละ 52.65 รองลงมาคือต้องการให้ในแต่ละหน้าเว็บเพจมีการจัดวางเนื้อหาเป็นแบบ 1 สดมภ์ คิดเป็นร้อยละ 33.02 และต้องการให้พื้นหลังของแต่ละเว็บเพจเป็นสีฟ้าคิดเป็นร้อยละ 34.89 รองลงมาคือต้องการเป็นสีขาว คิดเป็นร้อยละ 21.50 ส่วนใหญ่ต้องการให้แบนเนอร์โฆษณา มีรูปแบบเป็นตัวหนังสือผสมกับ ภาพ คิดเป็นร้อยละ 52.65 รองลงมาคือต้องการให้แบนเนอร์โฆษณามีรูปแบบตัวหนังสือผสมกับการ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 23.68 และต้องการให้มีการกำหนดรหัสสมาชิกด้วยการใช้ชื่อที่ผู้ให้บริการกำหนดเองคิดเป็นร้อยละ 49.84 รองลงมาคือต้องการใช้ที่อยู่ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail address) ของผู้ให้บริการเป็นรหัสสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 33.02

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการได้รับบริการจากเว็บไซต์บริการการศึกษานับตั้งแต่ขอรับบริการภายใน 2 วัน คิดเป็น ร้อยละ 39.56 รองลงมาคือ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 34.58 และต้องการให้เวลาที่ใช้ในการโหลดแต่ละหน้าเว็บเพจไม่เกิน 30 วินาที คิดเป็นร้อยละ 64.17 โดยต้องการค้นหาข้อมูลจากโปรแกรมค้นหา (Search engine) ตามหัวข้อ (Subject) คิดเป็นร้อยละ 62.31 ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้ให้บริการส่งข้อมูลข่าวสารถึงผู้ให้บริการทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 63.86 และต้องการติดต่อกับผู้ให้บริการทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 56.59 รองลงมาทางเว็บบอร์ด คิดเป็นร้อยละ 18.61

ด้านการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่รู้จักเว็บไซต์บริการการศึกษาจากการแนะนำโดยเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 14.40 รองลงมาคือค้นหาข้อมูลด้วยโปรแกรมค้นหา (Search engine) คิดเป็นร้อยละ 11.83

ในด้านการให้ความสำคัญของคุณสมบัติของเว็บไซต์บริการการศึกษานั้น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญของคุณสมบัติของเว็บไซต์ในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของข้อมูล ประโยชน์คุณค่าที่ได้จากการใช้บริการ ความทันสมัยของเนื้อหา และความละเอียด ครบถ้วนของเนื้อหา และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ ความหลากหลายของการให้บริการ ประสบการณ์เรื่องการศึกษาของผู้ให้บริการ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ การออกแบบ (ดีไซน์) ในด้านราคาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่ การกำหนดราคาที่แตกต่างกันในแต่ละบริการ และทางเลือกในการชำระเงินที่หลากหลาย ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ การให้บริการอย่างตรงต่อเวลา ระยะเวลาที่ใช้โหลดแต่ละหน้า ความยากง่ายในการค้นหาข้อมูล การมีบริการค้นหาข้อมูลด้วยโปรแกรมค้นหา (Search engine) ในทุกเว็บเพจ โครงสร้างการจัดวางและการเชื่อมโยงแต่ละหน้าเว็บเพจเข้าด้วยกัน จำนวนคลิกที่ใช้ในการเข้าถึงหน้าเว็บเพจที่ต้องการชื่อเว็บไซต์ (Domain Name) ที่จดจำง่าย และการมีช่องทางให้แสดงความคิดเห็นหรือความพอใจต่อบริการที่ได้รับ ในด้านส่งเสริมผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือเมื่อมีปัญหาในการใช้บริการ การส่งข่าวสารให้สมาชิก การมีการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การมีกิจกรรมร่วมสนุกชิงรางวัล ในด้านอื่น ๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ การมีระบบจดจำข้อมูลการใช้งานของท่านเพื่อเป็นข้อมูลในการแนะนำคุณสมบัติอื่นนอกจากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

### 3. ข้อมูลการตอบสนองของผู้ใช้บริการเว็บไซต์บริการการศึกษา

ลักษณะบริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมใช้คือบริการแบบให้ผลอัตโนมัติคิดเป็นร้อยละ 71.96 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเยี่ยมชมหรือใช้บริการ [www.eduzones.com](http://www.eduzones.com) คิดเป็นร้อยละ 96.88 รองลงมาคือ [www.entrance.co.th](http://www.entrance.co.th) คิดเป็นร้อยละ 70.09 ช่วงเวลาที่ส่วนใหญ่นิยมเข้าเยี่ยมชมหรือใช้เว็บไซต์บริการการศึกษาคือช่วงเวลาหลัง 19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 63.24 และมีปริมาณการเข้าเยี่ยมชมหรือใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาในแต่ละครั้งเป็นเวลามากกว่า 1 ชั่วโมง-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 45.79 รองลงมาคือมีการใช้เป็นเวลา 30 นาที-1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 44.86 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าเยี่ยมชม 6-10 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 43.30 รองลงมาคือมีความถี่ในการเข้าเยี่ยมชม 10-22 ครั้งต่อเดือน คิดเป็น

ร้อยละ 25.86 และส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้ให้บริการทำเนื้อหาและให้บริการเว็บไซต์บริการการศึกษา เป็นอาจารย์คิดเป็นร้อยละ 37.28 รองลงมาคือนักวิชาการคิดเป็นร้อยละ 33.60

### ข้อมูลความต้องการส่วนประสมทางการตลาดบนเว็บไซต์บริการการศึกษา

#### จำแนกตามสาขาวิชาของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ สาขาวิชาศิลป-ภาษา และสาขาวิชาศิลป-คำนวณ ส่วนใหญ่เคยเข้าใช้และสนใจในบริการตัวอย่างข้อสอบของเว็บไซต์บริการการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 10.22 11.44 และ 9.66 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในสายวิชาชีพ ส่วนใหญ่เข้าใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาบริการส่งข่าวสารทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 9.09

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ สาขาวิชาศิลป-ภาษา สาขาวิชาศิลป-คำนวณ และสายวิชาชีพ ส่วนใหญ่มีความต้องการชำระเงินจากการใช้บริการหรือสั่งซื้อหนังสือจากเว็บไซต์บริการการศึกษาทางธนาคารหรือตัวแลกเงิน คิดเป็นร้อยละ 31.46 45.95 30.77 และ 37.50 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาศิลป-คำนวณ ส่วนใหญ่ต้องการให้เก็บค่าบริการเว็บไซต์บริการการศึกษาแบบตามจำนวนครั้งของบริการที่เลือกใช้โดยอัตราค่าบริการในแต่ละบริการแตกต่างกัน คิดเป็นร้อยละ 51.71 และ 59.26 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาศิลป-ภาษา และสายวิชาชีพ ต้องการให้เก็บค่าบริการเว็บไซต์บริการการศึกษาแบบสมาชิก คือ จ่ายรายเดือนแล้วสามารถใช้บริการได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง และไม่จำกัดประเภทบริการคิดเป็นร้อยละ 62.50 และ 57.14 ตามลำดับ

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ สาขาวิชาศิลป-ภาษา และสาขาวิชาศิลป-คำนวณ ส่วนใหญ่ต้องการได้รับบริการจากเว็บไซต์บริการศึกษานับตั้งแต่ขอรับบริการภายใน 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 40.64 40.00 และ 37.50 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในสายวิชาชีพต้องการได้รับบริการจากเว็บไซต์บริการศึกษานับตั้งแต่ขอรับบริการภายใน 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 44.44 ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ สาขาวิชาศิลป-ภาษา และสาขาวิชาศิลป-คำนวณ และส่วนใหญ่ต้องการให้เวลาที่ใช้ในการโหลดแต่ละหน้าเว็บเพจไม่เกิน 30 วินาที คิดเป็นร้อยละ 63.01 71.11 และ 66.67 ตามลำดับ นอกจากนี้สายวิชาชีพ ต้องการให้เวลาที่ใช้ในการโหลดแต่ละหน้าเว็บเพจ

ไม่เกิน 30-60 วินาที คิดเป็นร้อยละ 44.44 ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ สาขาวิชาศิลปะ-ภาษา สาขาวิชาศิลปะ-คำนวณ และสายวิชาชีพ ส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้บริการติดต่อหรือส่งข้อมูลข่าวสารถึงผู้ใช้บริการทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 65.89 60.00 58.97 และ 64.29 ตามลำดับ

**ด้านการส่งเสริมผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ สาขาวิชาศิลปะ-คำนวณ และสายวิชาชีพ ส่วนใหญ่รู้จักเว็บไซต์บริการการศึกษาโดยการแนะนำจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 14.19 17.33 และ 14.58 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาศิลปะ-ภาษา รู้จักเว็บไซต์บริการการศึกษาโดยค้นหาข้อมูลจากโปรแกรมค้นหา (Search engine) คิดเป็นร้อยละ 13.57

#### จำแนกตามผลการเรียนของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลการเรียนเฉลี่ยในทุก ๆ ช่วง ส่วนใหญ่เคยเข้าใช้และสนใจในการให้บริการตัวอย่างข้อสอบของเว็บไซต์บริการการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 9.88 10.56 และ 10.03 ตามลำดับ

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลการเรียนเฉลี่ยทุก ๆ ช่วง ส่วนใหญ่ต้องการชำระเงินจากการใช้บริการหรือสั่งซื้อหนังสือจากเว็บไซต์บริการการศึกษาในลักษณะชำระผ่านธนาคารหรือตัวแลกเงิน คิดเป็นร้อยละ 35.29 34.52 และ 32.03 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลการเรียนเฉลี่ยในช่วง 3.00 และมากกว่า ส่วนใหญ่ต้องการวิธีการเก็บค่าใช้บริการเว็บไซต์บริการการศึกษาในลักษณะแบบตามจำนวนครั้งของบริการที่เลือกใช้โดยอัตราค่าบริการในแต่ละบริการแตกต่างกัน คิดเป็นร้อยละ 58.33 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลการเรียนเฉลี่ยในช่วงต่ำกว่า 2.50-2.99 ต้องการวิธีการเก็บค่าบริการเว็บไซต์บริการการศึกษาในลักษณะแบบสมาชิก คือจ่ายรายเดือนแล้วสามารถใช้บริการได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง และไม่จำกัดประเภทบริการ คิดเป็นร้อยละ 57.63 และ 53.57 ตามลำดับ

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลการเรียนเฉลี่ยในทุก ๆ ช่วง ส่วนใหญ่ต้องการได้รับบริการจากเว็บไซต์บริการศึกษานับตั้งแต่ขอรับบริการภายใน 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 40.58 40.00 และ 38.82 ตามลำดับ และต้องการให้เวลาที่ใช้ในการโหลดแต่ละหน้าเว็บเพจไม่เกิน 30 วินาที คิดเป็นร้อยละ 60.87 64.00 และ 65.79 ตามลำดับ นอกจากนี้ส่วนใหญ่

ต้องการให้ผู้ให้บริการติดต่อหรือส่งข่าวสารข้อมูลถึงผู้ใช้บริการทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 67.00 63.06 และ 63.07 ตามลำดับ

**ด้านส่งเสริมผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลการเรียนเฉลี่ยในทุก ๆ ช่วง ส่วนใหญ่ รู้จักเว็บไซต์บริการการศึกษาโดยการแนะนำจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 14.89 13.98 และ 14.47 ตามลำดับ

#### จำแนกตามภูมิภาคของคำตอบแบบสอบถาม

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคตะวันออก ส่วนใหญ่เคยเข้าใช้และสนใจในการให้บริการตัวอย่างข้อสอบของเว็บไซต์บริการการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 10.21 10.96 9.85 และ 9.03 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ เคยเข้าใช้และสนใจในการให้บริการข่าวการศึกษารับสมัครนักศึกษา และทุนการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 9.82

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคตะวันออก ส่วนใหญ่มีความต้องการชำระเงินจากการใช้บริการหรือสั่งซื้อหนังสือจากเว็บไซต์บริการการศึกษาทางธนาคารหรือตัวแลกเงิน คิดเป็นร้อยละ 38.00 42.86 และ 60.00 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ต้องการชำระเงินจากการใช้บริการหรือสั่งซื้อหนังสือจากเว็บไซต์บริการการศึกษาทางผ่านธนาคาร เช่น โอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 29.25 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ต้องการชำระเงินปลายทาง (พัสดุเก็บเงินปลายทาง) คิดเป็นร้อยละ 43.48 โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันออก ส่วนใหญ่ต้องการวิธีการเก็บค่าใช้บริการเว็บไซต์บริการการศึกษาแบบตามจำนวนครั้งของบริการที่เลือกใช้โดยอัตราค่าบริการในแต่ละบริการแตกต่างกัน คิดเป็นร้อยละ 50.62 52.50 และ 63.64 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสาน และภาคใต้ ต้องการวิธีการเก็บค่าใช้บริการเว็บไซต์บริการการศึกษาแบบสมาชิก คือ จ่ายรายเดือนแล้วสามารถใช้บริการได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง และไม่จำกัดประเภทบริการ คิดเป็นร้อยละ 56.00 และ 59.10 ตามลำดับ

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง และภาคอีสาน ส่วนใหญ่ต้องการได้รับบริการจากเว็บไซต์บริการศึกษานับตั้งแต่ขอรับบริการภายใน 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 45.30 และ 51.35 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก ต้องการได้รับบริการจากเว็บไซต์บริการศึกษานับตั้งแต่

ขอรับบริการภายใน 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 47.37 35.71 และ 44.44 ตามลำดับ โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงใต้ ส่วนใหญ่ต้องการให้เวลาที่ใช้ในการโหลดแต่ละหน้า เว็บเพจไม่เกิน 30 วินาที คิดเป็นร้อยละ 66.30 73.68 48.65 57.14 และ 55.56 ตามลำดับ และส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้ให้บริการติดต่อหรือส่งข้อมูลข่าวสารถึงผู้ใช้บริการทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 62.37 67.47 71.15 57.14 และ 66.67 ตามลำดับ

**ด้านส่งเสริมผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงใต้ ส่วนใหญ่รู้จักเว็บไซต์บริการการศึกษาโดยการแนะนำจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 14.12 14.86 12.65 16.00 และ 16.67 ตามลำดับ

**จำแนกตามประสบการณ์ในการเข้าเยี่ยมชมหรือใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการเข้าเยี่ยมชม หรือใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาเป็นระยะเวลา น้อยกว่า 6 เดือน 6 เดือน- 1 ปี 1 ปี-2 ปี และ มากกว่า 2 ปี ส่วนใหญ่เคยเข้าใช้และสนใจในการให้บริการตัวอย่างข้อสอบของเว็บไซต์บริการการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 11.55 10.76 8.95 และ 9.45 ตามลำดับ

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการเข้าเยี่ยมชมหรือใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาเป็นระยะเวลา น้อยกว่า 6 เดือน 6 เดือน-1ปี และ 1 ปี-2 ปี ส่วนใหญ่ต้องการชำระเงินจากการใช้บริการหรือสั่งซื้อหนังสือจากเว็บไซต์บริการการศึกษาทางธนาคารพาณิชย์หรือตู้แลกเงิน คิดเป็นร้อยละ 42.55 33.01 และ 29.27 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการเข้าเยี่ยมชม หรือใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี ต้องการชำระเงินจากการใช้บริการหรือสั่งซื้อหนังสือจากเว็บไซต์บริการการศึกษาทางธนาคารพาณิชย์หรือตู้แลกเงิน และชำระเงินผ่านธนาคารเช่น โอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 32.26 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการเข้าเยี่ยมชม หรือใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาเป็นระยะเวลา น้อยกว่า 6 เดือน และ มากกว่า 2 ปี ส่วนใหญ่ต้องการวิธีการเก็บค่าบริการเว็บไซต์บริการการศึกษาแบบตามจำนวนครั้งของบริการที่เลือกใช้โดยอัตราค่าบริการในแต่ละบริการแตกต่างกัน คิดเป็นร้อยละ 63.04 และ 56.67 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการเข้าเยี่ยมชม หรือใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาเป็นระยะเวลา 6 เดือน-1 ปี และ 1 ปี-2 ปี ต้องการวิธีการการเก็บค่าใช้จ่าย

บริการเว็บไซต์บริการการศึกษาแบบสมาชิก คือ จ่ายรายเดือนแล้วสามารถใช้บริการได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง และไม่จำกัดประเภทบริการ คิดเป็นร้อยละ 52.73 และ 53.25 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการเข้าเยี่ยมชม หรือใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาเป็นระยะเวลา น้อยกว่า 6 เดือน 1 ปี-2 ปี และมากกว่า 2 ปี ส่วนใหญ่ต้องการได้รับบริการจากเว็บไซต์บริการศึกษานับตั้งแต่จอร์รับบริการภายใน 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 43.33 40.86 และ 45.24 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการเข้าเยี่ยมชมหรือใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาเป็นระยะเวลา 6 เดือน-1 ปี ต้องการได้รับบริการจากเว็บไซต์บริการศึกษานับตั้งแต่จอร์รับบริการภายใน 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 38.89 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการเข้าเยี่ยมชม หรือใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาเป็นระยะเวลา น้อยกว่า 6 เดือน 6 เดือน-1ปี 1 ปี-2 ปี และ มากกว่า 2 ปี ส่วนใหญ่ต้องการให้เวลาที่ใช้ในการโหลดแต่ละหน้าเว็บเพจไม่เกิน 30 วินาที คิดเป็นร้อยละ 66.67 61.90 61.29 และ 73.81 ตามลำดับ และส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้ให้บริการติดต่อหรือส่งข้อมูลข่าวสารถึงผู้ใช้บริการทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 68.60 64.43 60.67 และ 62.50 ตามลำดับ

ด้านส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการเข้าเยี่ยมชม หรือใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาเป็นระยะเวลา น้อยกว่า 6 เดือน 6 เดือน-1 ปี และ 1 ปี-2 ปี ส่วนใหญ่รู้จักเว็บไซต์บริการการศึกษาโดยการแนะนำจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 15.63 14.76 และ 15.30 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการเข้าเยี่ยมชม หรือใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี รู้จักเว็บไซต์บริการการศึกษาโดยการแนะนำจากเพื่อน และการค้นหาข้อมูลจากโปรแกรมค้นหา (Search engine) คิดเป็นร้อยละ 10.79



## อภิปรายผล

จากการศึกษาในหัวข้อเรื่อง “ความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในส่วน ประสมการตลาดของเว็บไซต์บริการการศึกษาของไทย” พบว่าผู้ใช้บริการมีความต้องการในส่วน ประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านแตกต่างกันในแต่ละบุคคล อันมีผลต่อการเลือกใช้ส่วนประสมทาง การตลาดของผู้ให้บริการเว็บไซต์บริการการศึกษา เพื่อจูงใจให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น ดังแสดงผลใน รายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปในด้านสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ อินเทอร์เน็ตที่บ้าน ซึ่งแตกต่างจากการทบทวนวรรณกรรมเรื่อง สภาพปัญหาและความต้องการการ ใช้บริการของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภายใต้โดเมนเน็ตเสิร์ฟ ที่ กล่าวไว้ว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่สถาบันที่ศึกษาอยู่ แสดงว่าปัจจุบันนักเรียนมี คอมพิวเตอร์ใช้ที่บ้านจำนวนมากขึ้น

2. ข้อมูลความต้องการในส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์บริการการศึกษาในด้าน ผลិតภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจในการให้บริการตัวอย่างข้อสอบของเว็บไซต์ บริการการศึกษา รองลงมาคือข่าวสารทางการศึกษา ซึ่งแตกต่างจากการทบทวนวรรณกรรมเรื่อง สภาพปัญหาและความต้องการการใช้บริการของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ภายใต้โดเมนเน็ตเสิร์ฟ ที่กล่าวว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการใช้บริการไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์ และการค้นหาข้อมูล แสดงว่าในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทในเรื่องการศึกษาหา ความรู้ของนักเรียนมากขึ้น แต่เมื่อพิจารณาผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขาวิชา พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในสายวิชาชีพ เคยเข้าใช้และสนใจในบริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ อาจเป็นเพราะนักเรียนที่กำลังศึกษาในสายวิชาชีพมีความสนใจในเรื่องเนื้อหาความรู้น้อยกว่าสาขา อื่น และเมื่อพิจารณาผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ให้ความสนใจในเรื่องของข่าวสารการศึกษา ข่าวรับสมัครนักศึกษา และทุนการ ศึกษา ซึ่งต่างจากในส่วนของภูมิภาคอื่นที่ให้ความสนใจในการให้บริการตัวอย่างข้อสอบ อาจเนื่อง มาจากอุปสรรคในการติดต่อสื่อสารเพราะลักษณะภูมิศาสตร์ของภาคใต้ ที่ยากต่อการคมนาคม ทำ ให้มีความต้องการรับข่าวสารการศึกษามากกว่าบริการอื่น ๆ

3. ข้อมูลความต้องการในส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์บริการการศึกษาในด้าน ราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยินดีที่จะชำระเงินหากมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการเข้าใช้ บริการหรือสั่งซื้อหนังสือจากเว็บไซต์บริการการศึกษา และส่วนใหญ่ยังต้องการชำระเงินทาง ทัศนคติ ซึ่งอาจเป็นเพราะนักเรียนส่วนใหญ่ไม่มีบัตรเครดิต และยังเรียนอยู่ จึงไม่สะดวกในการ โอนเงินผ่านทางธนาคารตลอดจนต้องการชำระเงินตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการซึ่งจากประสบการณ์

ของผู้ศึกษาเองที่ทำงานด้านการให้บริการเว็บไซต์บริการการศึกษา พบว่าความต้องการในบริการของนักเรียนมีความหลากหลาย และไม่สม่ำเสมอจึงไม่ต้องการจ่ายแบบสมาชิก แต่หากพิจารณาผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลางต้องการชำระเงินจากการใช้บริการหรือสั่งซื้อหนังสือจากเว็บไซต์บริการการศึกษาทางธนาคาร เช่น โอนเงินหรือจ่ายผ่านเช็คของขวัญ ซึ่งอาจเนื่องจากนักเรียนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลางมีความสะดวกในการติดต่อธนาคารมากกว่านักเรียนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอื่น ๆ

4. ข้อมูลความต้องการในส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์บริการการศึกษาในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าภาษาไม่เป็นอุปสรรคในการสื่อสารข้อมูลในเว็บไซต์บริการการศึกษา เพราะปัจจุบันนักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้ภาษาอังกฤษค่อนข้างดี นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้เว็บไซต์บริการการศึกษาใช้เวลาในการโหลดแต่ละหน้าเร็ว ไม่ต้องเสียวารอ เช่นเดียวกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมเรื่องผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่กล่าวว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อบัญชีที่มีอิทธิพลต่อการใช้อินเทอร์เน็ต คือ การเสียวารอระหว่างการดาวน์โหลดข้อความหรือภาพ ความเร็วในการเชื่อมต่อเข้าเครือข่าย

5. ข้อมูลความต้องการในส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์บริการการศึกษาจำแนกตามสาขาวิชา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักเว็บไซต์บริการการศึกษาโดยการแนะนำจากเพื่อน แต่หากพิจารณาตามสาขาวิชาที่เรียน จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาอยู่ในสาขาวิชาศิลป-ภาษารู้จักเว็บไซต์บริการการศึกษาโดยค้นหาข้อมูลจากโปรแกรมค้นหา (Search engine) อาจเนื่องจากสาขาที่เรียนทำให้เกิดความชำนาญในเรื่องของภาษาอังกฤษ จึงสามารถใช้คำ (Keyword) ในโปรแกรมค้นหา (Search engine) ได้ดีกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาในสาขาอื่น

ซึ่งแสดงว่าการใช้สิ่งกระตุ้นทางการตลาดนั้น ควรมีความแตกต่างกันตามลักษณะผู้ใช้บริการด้วย ตามที่ปรากฏในโมเดล S-R Theory นอกจากนี้การตัดสินใจของผู้ใช้บริการที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ยังแสดงออกในด้านพฤติกรรมการตอบสนองต่อการใช้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาด้วย กล่าวคือ

**การเลือกผลิตภัณฑ์** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการที่ให้ผลอัตโนมัติ

**การเลือกผู้ให้บริการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้อาจารย์เป็นผู้ให้บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษา

**การเลือกเวลาในการใช้บริการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเข้าเยี่ยมชมหรือใช้เว็บไซต์บริการการศึกษาในช่วงเวลาหลังจาก 19.00 น. ซึ่งแตกต่างจากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

เครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย ที่กล่าวว่า นักเรียนส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา กลางวัน

การเลือกปริมาณการใช้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าเยี่ยมชมหรือใช้ บริการในเว็บไซต์บริการการศึกษาในแต่ละครั้งเป็นเวลามากกว่า 1 ชั่วโมง-3 ชั่วโมง ซึ่งแตกต่าง จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย ที่กล่าวว่า นักเรียนส่วนใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยครั้งละ 1.78 ชั่วโมง

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาได้พบข้อมูลที่แตกต่างจากการวิจัยที่ผ่านมา ๓ มา และพบความต้องการในส่วน ประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามลักษณะต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

1. เมื่อพิจารณาถึงส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการบริการตัวอย่างข้อสอบ ดังจะเห็นได้จากผู้ตอบแบบสอบถามสนใจในบริการนี้มากที่สุด
2. ทุกสาขาวิชายังคงมีความต้องการบริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์
3. เมื่อพิจารณาถึงส่วนประสมการตลาดด้านราคา พบว่าการชำระเงินจากการเข้าใช้บริการ หรือสั่งซื้อหนังสือจากเว็บไซต์บริการการศึกษาผ่านทางธนาคาร และ วิธีการเก็บค่าใช้บริการแบบ ตามจำนวนครั้งของบริการที่เลือกใช้โดยอัตราค่าใช้บริการในแต่ละบริการแตกต่างกัน
4. เมื่อพิจารณาถึงส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบ สอบถามต้องการระยะเวลาของการได้รับบริการ 2 วันนับจากขอรับบริการ และระยะเวลาที่ใช้ใน การโหลดแต่ละหน้าเว็บเพจไม่เกิน 30 วินาที
5. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการติดต่อผู้ให้บริการทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด
6. เมื่อพิจารณาถึงส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่รู้จักเว็บไซต์ บริการการศึกษาจากการแนะนำจากเพื่อน

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความต้องการในส่วนประสมการตลาดของเว็บไซต์บริการการศึกษาของไทย มีข้อเสนอแนะว่าผู้ให้บริการเว็บไซต์บริการการศึกษาควรที่จะกำหนดส่วนประสมทางการตลาดให้ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ควรให้บริการตัวอย่างข้อสอบที่หลากหลายและมีการปรับปรุงข้อมูลตลอดจนเพิ่มข้อมูลทางการศึกษาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการเช่น ข่าวการศึกษา ข่าวรับสมัครหรือข่าวทุนการศึกษา อย่างสม่ำเสมอ และพยายามตรวจสอบข้อมูลทุกอย่างให้ถูกต้องทุกครั้งก่อนจะนำเสนอขึ้นบนเว็บไซต์ให้กับผู้ใช้บริการ

2. ด้านราคา จากผลการวิจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการชำระเงินทางธนาคาร โดยยังไม่นิยมที่จะชำระเงินผ่านทางธนาคารอาจเนื่องมาจากต้นทุนที่ผู้ใช้บริการต้องจ่ายจากค่าธรรมเนียมในการโอนเงิน ดังนั้นผู้ให้บริการควรเพิ่มช่องทางในการชำระเงินผ่านทางธนาคาร โดยการเปิดบัญชีเพื่อชำระค่าใช้บริการในทุก ๆ จังหวัด เพื่อให้ผู้ใช้บริการไม่เกิดต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและจะเป็นการช่วยให้ผู้ใช้บริการเพิ่มยอดการชำระเงิน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ให้บริการควรจัดทำระบบการให้บริการที่รวดเร็วและตรงต่อเวลาและควรออกแบบหน้าเว็บเพจให้มีขนาดของพื้นที่เก็บข้อมูลน้อยที่สุดเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการโหลดในเรื่องของการออกแบบผู้ให้บริการควรออกแบบเว็บไซต์ให้ดูมีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากผู้ใช้บริการจะคำนึงถึงความน่าเชื่อถือเป็นหลัก ซึ่งไม่ควรเป็นภาพการ์ตูน หรือเป็นคำพูดที่ไม่เป็นทางการมากเกินไป

4. ด้านการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ นอกเหนือจากการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตแล้ว ผู้ให้บริการควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการได้รู้จักเว็บไซต์ผ่านทางสื่ออื่น ๆ ด้วยเช่นกัน เช่น มีการจัดทำโครงการด้านการศึกษาที่เป็นประโยชน์กับนักเรียนซึ่งเป็นกิจกรรมนอกเหนือจากที่มีบนเว็บไซต์ โดยมีชื่อของเว็บไซต์ปรากฏอยู่ในสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการนั้น ๆ เช่น ป้ายผ้า โปสเตอร์ แผ่นพับ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นทางหนึ่งที่จะทำให้ผู้ใช้บริการรู้จักเว็บไซต์และทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อเว็บไซต์เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนสร้างกิจกรรมในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก ได้แก่ ช่วงเวลาหลัง 19.00 น. ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการเพิ่มระยะเวลาในการใช้บริการมากขึ้น และมีความถี่ของการเข้าใช้บริการมากขึ้นเช่นกัน และที่สำคัญควรมีการจัดทำแบบสอบถามเพื่อรับทราบข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และความต้องการของผู้ใช้บริการ ตลอดจนนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะทำให้เว็บไซต์มีคุณภาพสามารถให้บริการแก่ผู้ใช้บริการได้ตรงกับความต้องการอยู่ตลอดเวลา