

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ      ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต  
เอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน      นายกฤษดา สุรชาติชัยกุล

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต      สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์	ประธานกรรมการ
อาจารย์ ดร. นิตยา เจริญประเสริฐ	กรรมการ
อาจารย์ นฤมล กิมภากรณ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระ “ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษานี้ใช้วิธีการออกแบบสอบถาม ไปยังผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนตัว จากผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน 4 แห่ง ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ บริษัท ลีอกซ์เลย์ อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด (ลีอกซ์อินโฟร์) บริษัท เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต จำกัด (เคเอสซี) บริษัท ตานนา คอมพิวเตอร์ ซัพพลาย จำกัด (สามารถ อินเทอร์เน็ต) และบริษัท เชียงใหม่ อินเทอร์เน็ต จำกัด (เอเน็ต) รายละเอียด 30 ตัวอย่าง รวม 120 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามหลายวิธี ซึ่งใช้วิธีการดังนี้ คือ วิธีที่ 1 ส่งแบบสอบถามไปยังผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนตัวทุกคน ตามรายชื่อที่ได้รับจาก ISP โดย จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail) ซึ่งกลุ่มเป้าหมายจะตอบกลับมาด้วยความสมัครใจ วิธีที่ 2 เก็บข้อมูลตามแบบสอบถามโดยใช้วิธีโทรศัพท์ไปยังกลุ่มลูกค้า และวิธีที่ 3 เก็บข้อมูลตามแบบสอบถามโดยสัมภาษณ์ลูกค้าที่เข้ามายังสำนักงาน ที่ให้บริการของ ISP จากนั้นนำข้อมูลที่ได้รับ มาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 7.5 for Windows สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ อัตราร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่รู้จักอินเทอร์เน็ตจากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ และสื่อสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจ คือเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ เช่นเดียวกัน

ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน ในจังหวัด เชียงใหม่ มากที่สุด เป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ กระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และด้านสถานที่

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน มากที่สุด คือ ด้านความเร็ว และถูกต้องแม่นยำ รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยีที่สูงทันสมัย และระบบที่เป็นมาตรฐานสากล

ปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชนมากที่สุด คือระบบในการให้บริการมีความรวดเร็ว และวิธีการชำระค่าบริการ

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน มากที่สุด คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน มากที่สุด คือ ความรู้ความสามารถของพนักงาน และรองลงมาคือด้านความเร็วในการให้บริการ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน มากที่สุด คือ ชื่อเสียงของบริษัท

ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน คือ การทดลองใช้บริการฟรี มากที่สุด และรองลงมา คือ การลดราคาค่าบริการ

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน มากที่สุด คือ การมีทำเล ใกล้ตัวเมือง หาง่าย และรองลงมาคือ บรรยากาศการตกแต่งภายในบริษัท

ปัญหาที่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตพบ ในการใช้บริการของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในจังหวัด เชียงใหม่ มากที่สุด ได้แก่ คู่สายโทรศัพท์ไม่ว่าง หรือสายหลุดบ่อย รองลงมาคือ เครื่องเดินช้า หรือ เครื่องหยุดการทำงาน(HANK) และระบบซับซ้อน ยากต่อการเข้าใจ ตามลำดับ

<b>Independent Study Title</b>	Marketing Factors Affecting Selection of Private Internet Service Provider in Chiang Mai Province.		
<b>Author</b>	Mr. Kritsada Surachatchaikul		
<b>M.B.A.</b>	Business Administration		
<b>Examining Committee</b>	Assist. Prof.	Orachorn Maneesong	Chairman
	Dr.	Nittaya Jariangprasert	Member
	Lecturer	Naruemon Kimpakorn	Member

#### ABSTRACT

The study of "Marketing Factors Affecting Selection of Private Internet Service Provider in Chiang Mai Province" aims to identify the marketing factors that influence people's choice of four private internet service providers (ISP) in Chiang Mai Province, namely : Loxley Information Services Co., Ltd., KSC Commercial Co, Ltd., Lanna Computer Supply Co., Ltd., and Chiang Mai Internet Co., Ltd. Data were gathered using questionnaire to 120 users of those ISPs. Thirty users were selected for each ISP. Data from the questionnaire was collected in these methods: (1)-sending questionnaires to all users by e-mail (2) calling each user by phone and (3) interviewing the users at the premise of each ISP. Then data were analyzed using SPSS 7.5 for windows for descriptive statistical analyses: frequency, percentage, and mean.

The result of studying found that the most users knew the Internet from friends' suggestion and the most important factor in making decision to select ISP was also friends' suggestion.

In conclusion, the most important of marketing factors affecting selection of private Internet service provider in Chiang Mai Province was the product, the next were process pricing, people, physical evidence, promotion and place respectively.

The product factors strongly affect the users in selecting the ISP were speed and accuracy of the system. Then the next was high technology and the universal of the system.

The process factors strongly affect the users in selecting the ISP were fast services of the process and payment methods respectively.

The price factors strongly affect the users in selecting the ISP was the reasonable price.

The people factors strongly affect to the users in selecting the ISP were the knowledge and the fast service of staff respectively.

The physical evidence factors strongly affect the users in selecting the ISP was the famous of the company.

The promotion factors strongly affect the users in selecting the ISP were free trial package and the next was discount price respectively.

The place factors strongly affect the users in selecting the ISP was the location of the companies where is in town and easily found, and the atmosphere of the company such as interior decoration.

Consequently, the following problems were found from using the Internet services: busy or disconnected line, the slow or hank of the system and complicate of the system respectively.