

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้พัฒนาคุณภาพของบริการ ตลอดจนวางแผนการตลาดของร้านอินเทอร์เน็ตอย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษานี้ทำโดยใช้แบบสอบถาม ทำการสอบถาม ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตชาวไทยที่กำลังใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จาก 4 กลุ่มสถานที่ คือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ บริเวณสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ บริเวณมหาวิทยาลัยพายัพ และบริเวณอื่นๆในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ บริเวณละ 50 ราย รวมทั้งหมดจำนวน 200 ราย และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพ
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

- ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต
- สถานที่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต
- ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้บริการในแต่ละครั้ง
- ความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์
- วันที่มาใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต
- ช่วงเวลาที่มาใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต
- วัตถุประสงค์การมาใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต
- การใช้ประเภทของบริการบนอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับธุรกิจบริการ และปัจจัย  
อื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้าน  
อินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านสถานที่
- ปัจจัยด้านบุคคล
- ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ
- ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด
- ปัจจัยด้านสัญลักษณ์
- ปัจจัยด้านราคา
- ปัจจัยภายในและภายนอกอื่นๆ

**ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	90	45.00
หญิง	110	55.00
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.00 และเพศชายร้อยละ 45.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	26	13.00
18 – 30 ปี	169	84.50
31 – 40 ปี	5	2.50
41 – 50 ปี	-	-
51 – 60 ปี	-	-
สูงกว่า 60 ปี	-	-
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 18-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.50 และมีอายุต่ำกว่า 18 ปี ร้อยละ 13.00 รองลงมา

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	192	96.00
สมรส	8	4.00
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.00 และมีสถานภาพสมรส ร้อยละ 4.00 รองลงมา

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	177	88.50
ข้าราชการ	4	2.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	2.00
พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	13	6.50
เจ้าของกิจการ	-	-
อื่นๆ	2	1.00
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.50 และพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ร้อยละ 6.50 รองลงมา

หมายเหตุ อาชีพอื่นๆ ได้แก่ ทำงานอิสระ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	136	68.00
5,001 – 10,000 บาท	51	25.50
10,001 – 15,000 บาท	8	4.00
15,001 – 20,000 บาท	3	1.50
20,001 – 25,000 บาท	-	-
มากกว่า 25,000 บาท	2	1.00
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.00 และระหว่าง 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 25.50 รองลงมา

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	2	1.00
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	30	15.00
อนุปริญญา หรือ ปวส.	14	7.00
ปริญญาตรี	152	76.00
สูงกว่าปริญญาตรี	2	1.00
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.00 และระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. ร้อยละ 15.00 รองลงมา

## ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การใช้ อินเทอร์เน็ต

ประสบการณ์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 เดือน	14	7.00
1 เดือน - 1 ปี	36	18.00
1 ปี - 3 ปี	109	54.50
มากกว่า 3 ปี	41	20.50
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1 - 3 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.50 และใช้มากกว่า 3 ปี ร้อยละ 20.50 รองลงมา

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการ อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนมาก

สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน/ที่พัก	31	15.50
ที่ทำงาน	13	6.50
ร้านอินเทอร์เน็ต	76	38.00
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย	79	39.50
อื่นๆ	1	0.50
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตจากโรงเรียน/มหาวิทยาลัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาได้แก่ ใช้จากร้านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 38.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนชั่วโมงการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

จำนวนชั่วโมง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	30	15.00
1-2 ชั่วโมง	101	50.50
2-3 ชั่วโมง	42	21.00
3-4 ชั่วโมง	13	6.50
4-5 ชั่วโมง	6	3.00
มากกว่า 5 ชั่วโมง	5	2.50
อื่นๆ	3	1.50
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 1-2 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมาได้แก่ ใช้เฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง ร้อยละ 21.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอน ไม่ค่อยได้มาใช้บริการ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์

จำนวนครั้งใน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ครั้ง	52	26.00
2-4 ครั้ง	74	37.00
5-7 ครั้ง	24	12.00
8-10 ครั้ง	6	3.00
มากกว่า 10 ครั้ง	5	2.50
ไม่แน่นอน	37	18.50
อื่นๆ	2	1.00
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาได้แก่ ใช้เฉลี่ยน้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 26.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่ค่อยได้มาใช้บริการ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

วันที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา	57	28.50
วันหยุด	29	14.50
ไม่แน่นอน	114	57.00
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ไม่มีวันที่แน่นอนในการใช้บริการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมาได้แก่ ใช้ในช่วงวันธรรมดา ร้อยละ 28.50



ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ช่วงเวลาการใช้	จำนวน	ร้อยละ
8:00-12:00 น.	2	1.00
12:01-16:00 น.	25	12.50
16:01-20:00 น.	43	21.50
20:01-24:00 น.	42	21.00
หลัง 24:00 น.	4	2.00
ไม่แน่นอน	84	42.00
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ไม่มีช่วงเวลาที่แน่นอนในการใช้บริการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาได้แก่ ใช้ในช่วงเวลา 16:01-20:00 น. ร้อยละ 21.50

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

วัตถุประสงค์การใช้ร้านอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
วิชาการ	21	10.50
ซื้อขาย/หาข้อมูลของสินค้าและบริการ	4	2.00
บันเทิงและสันทนาการ	84	42.00
ข้อมูลข่าวสาร	39	19.50
ติดต่อสื่อสาร	46	23.00
อื่นๆ	6	3.00
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตเพื่อบันเทิงและสันทนาการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาได้แก่ ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสาร ร้อยละ 23.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เล่นเกมส์ ทำรายงาน

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้ประเภทบริการบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้มากที่สุด

บริการอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
WWW	129	64.50
E-Mail	31	15.50
Chat	26	13.00
FTP	1	0.50
อื่นๆ	13	6.50
รวม	200	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภท WWW มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาได้แก่ E-Mail ร้อยละ 15.50

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ICQ Pirch และเกมส์

ส่วนที่ 3 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการ และปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ปัจจัยด้านสถานที่	72	36.0	110	55.0	17	4.26	1	0.5	-	-	4.26	มาก	3
ปัจจัยด้านบุคคล	64	32.0	104	52.0	28	4.13	2	1.0	2	1.0	4.13	มาก	4
ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	114	57.0	75	37.5	9	4.50	1	0.5	1	0.5	4.50	มากที่สุด	1
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	22	11.0	65	32.5	75	3.27	21	10.5	17	8.5	3.27	น้อย	5
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	17	8.5	38	19.0	72	2.81	36	18.0	37	18.5	2.81	น้อย	6
ปัจจัยด้านราคา	106	53.0	75	37.5	12	4.39	4	2.0	3	1.5	4.39	มาก	2
รวม	395	32.92	467	38.92	213	3.89	394	32.83	60	5.00	3.89	มาก	

จากตารางที่ 15 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ในรายละเอียดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการแต่ละด้านจะพบว่า ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด และส่วนปัจจัยที่ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก เรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านบุคคล ส่วนที่เหลือมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อย เรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสัญลักษณ์

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและแพคเกจ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เพศ											
	ชาย						หญิง					
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
ปัจจัยด้านสถานที่	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
	35 17.50	46 23.00	9 4.50	- -	- -	37 18.50	64 32.00	8 4.00	1 0.50	- -	- -	- -
ปัจจัยด้านบุคคล	25 12.50	44 22.00	20 10.00	- -	1 0.50	39 19.50	60 30.00	8 4.00	2 1.00	1 0.50	1 0.50	1 0.50
ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	47 23.50	36 18.00	5 2.50	1 0.50	1 0.50	67 33.50	39 19.50	4 2.00	- -	- -	- -	- -
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	7 3.50	28 14.00	36 18.00	8 4.00	11 5.50	15 7.50	37 18.50	39 19.50	13 6.50	6 3.00	6 3.00	6 3.00
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	4 2.00	15 7.50	35 17.50	17 8.50	19 9.50	13 6.50	23 11.50	37 18.50	19 9.50	18 9.00	18 9.00	18 9.00
ปัจจัยด้านราคา	42 21.00	37 18.50	6 3.00	3 1.50	2 1.00	64 32.00	38 19.00	6 3.00	1 0.50	1 0.50	1 0.50	1 0.50
รวม	160 13.33	206 17.17	111 9.25	29 2.42	34 2.83	235 19.58	261 21.75	102 8.50	36 3.00	26 2.17	26 2.17	26 2.17

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่น ๆ

ในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ และปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่น ๆ

ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่น ๆ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญ ในระดับสำคัญน้อย มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
บริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ปัจจัยด้านสถานที่	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคคล	4.02 (มาก)	4.22 (มาก)
ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	4.41 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	3.13 (น้อย)	3.38 (น้อย)
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	2.64 (น้อย)	2.95 (น้อย)
ปัจจัยด้านราคา	4.27 (มาก)	4.48 (มาก)
รวม	3.79 (มาก)	3.97 (มาก)

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านบุคคล ตามลำดับ และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสัญลักษณ์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสัญลักษณ์

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อายุ(ปี)																											
	ต่ำกว่า 18						18 - 30						31 - 40															
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด									
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ									
ปัจจัยด้านสถานที่	9	4.50	11	5.50	6	3.00	-	-	-	-	61	30.50	97	48.50	10	5.00	1	0.50	-	-								
ปัจจัยด้านบุคคล	9	4.50	13	6.50	4	2.00	-	-	-	53	26.50	89	44.50	23	11.50	2	1.00	2	1.00	1	0.50							
ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	11	5.50	13	6.50	2	1.00	-	-	-	102	51.00	60	30.00	6	3.00	-	-	1	0.50	2	1.00	1	0.50					
ปัจจัยด้านวัสดุสิ่งสารและการส่งเสริมการตลาด	6	3.00	9	4.50	7	3.50	2	1.00	2	1.00	13	6.50	54	27.00	68	34.00	19	9.50	15	7.50	3	1.50	2	1.00				
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	2	1.00	9	4.50	6	3.00	4	2.00	5	2.50	14	7.00	26	13.00	65	32.50	32	16.00	32	16.00	1	0.50	3	1.50				
ปัจจัยด้านราคา	12	6.00	10	5.00	3	1.50	1	0.50	-	-	93	46.50	62	31.00	8	4.00	3	1.50	3	1.50	1	0.50	3	1.50				
รวม	49	4.08	65	5.42	28	2.33	7	0.58	7	0.58	336	28.00	388	32.53	180	15.00	57	4.75	53	4.42	10	0.83	14	1.17	5	0.42	1	0.08

ตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยุปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อายุ (ปี)		
	ต่ำกว่า 18	18- 30	31- 40
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ปัจจัยด้านสถานที่	4.12 (มาก)	4.29 (มาก)	4.20 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคคล	4.19 (มาก)	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)
ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	4.35 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	3.60 (มาก)
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	3.58 (มาก)	3.18 (น้อย)	4.60 (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	2.96 (น้อย)	2.75 (น้อย)	4.00 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	4.27 (มาก)	4.41 (มาก)	4.00 (มาก)
รวม	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	4.10 (มาก)

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านสัญลักษณ์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 - 30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับสำคัญมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านบุคคล ตามลำดับ และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 - 40 ปี ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับสำคัญมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อาชีพ											
	นักเรียน/นักศึกษา				ข้าราชการ				พนักงานรัฐวิสาหกิจ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านสถานที่	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
	63 31.50	100 50.00	13 6.50	1 0.50	2 1.00	-	2 1.00	-	3 1.50	1 0.50	-	-
ปัจจัยด้านบุคคล	53 26.50	96 48.00	25 12.50	1 0.50	2 1.00	2 1.00	2 1.00	-	2 1.00	1 0.50	-	-
ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	100 50.00	69 34.50	7 3.50	-	2 1.00	1 0.50	1 0.50	-	3 1.50	1 0.50	-	-
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งบริการตลาด	18 9.00	54 27.00	70 35.00	19 9.50	8 0.50	1 0.50	2 1.00	-	1 0.50	3 1.50	1 0.50	-
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	14 7.00	30 15.00	63 31.50	35 17.50	1 0.50	1 0.50	2 1.00	-	2 1.00	2 1.00	-	-
ปัจจัยด้านราคา	99 49.50	62 31.00	9 4.50	4 2.00	3 1.50	2 1.00	1 0.50	-	2 1.00	2 1.00	-	-
รวม	347 28.92	411 34.25	187 15.58	60 5.00	57 4.75	10 0.83	10 0.83	2 0.17	10 0.83	10 0.83	4 0.33	-

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อาชีพ											
	พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง				เจ้าของกิจการ				อื่นๆ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านสถานที่	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
	4 2.00	7 3.50	2 1.00	-	-	-	-	-	-	2 1.00	-	-
ปัจจัยด้านบุคคล	6 3.00	7 3.50	-	-	-	-	-	-	1 0.50	-	-	-
ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	7 3.50	4 2.00	1 0.50	1 0.50	-	-	-	-	2 1.00	-	-	-
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งบริการตลาด	3 1.50	7 3.50	2 1.00	1 0.50	-	-	-	-	-	1 0.50	-	-
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	2 1.00	6 3.00	4 2.00	1 0.50	-	-	-	-	-	-	1 0.50	-
ปัจจัยด้านราคา	3 1.50	8 4.00	2 1.00	-	-	-	-	-	-	2 1.00	-	-
รวม	25 2.08	59 3.25	11 0.92	3 0.25	-	-	-	-	3 0.25	5 0.42	1 0.08	2 0.17



จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง และอื่นๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับที่น้อย และมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับที่น้อย และมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

Chiang Mai University

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	เจ้าของกิจการ	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ปัจจัยด้านสถานที่	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)	-	4.00 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคคล	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.46 (มาก)	-	3.50 (มาก)
ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	4.51 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	3.22 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.75 (มาก)	3.92 (มาก)	-	3.00 (น้อย)
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	2.73 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.89 (มาก)	-	2.00 (น้อยที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	4.41 (มาก)	4.25 (มาก)	4.50 (มาก)	4.08 (มาก)	-	4.00 (มาก)
รวม	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)	4.25 (มาก)	4.10 (มาก)	-	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และ อื่นๆ ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประกอบของการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประกอบของการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																													
	น้อยกว่า 5,000 บาท				5,001 - 10,000 บาท				10,001 - 20,000 บาท																					
	มากที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ																		
ปัจจัยด้านสถานที่	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ																		
	48	24.00	78	39.00	10	5.00	-	-	17	8.50	27	13.50	6	3.00	1	0.50	-	-	3	1.50	5	2.50	-	-	-	-				
ปัจจัยด้านบุคคล	42	21.00	74	37.00	18	9.00	-	-	2	1.00	17	8.50	24	12.00	8	4.00	2	1.00	-	-	2	1.00	5	2.50	1	0.50	-	-		
ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	77	38.50	53	26.50	6	3.00	-	-	-	-	30	15.00	17	8.50	3	1.50	1	0.50	-	-	3	1.50	4	2.00	-	-	-	-		
ปัจจัยด้านวิสัยทัศน์และการส่งเสริมการตลาด	13	6.50	45	22.50	54	27.00	14	7.00	10	5.00	7	3.50	15	7.50	18	9.00	5	2.50	6	3.00	1	0.50	5	2.50	-	-	2	1.00		
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	10	5.00	23	11.50	54	27.00	25	12.50	24	12.00	6	3.00	11	5.50	16	8.00	10	5.00	8	4.00	1	0.50	4	2.00	1	0.50	-	-		
ปัจจัยด้านราคา	74	37.00	52	26.00	6	3.00	2	1.00	2	1.00	26	13.00	17	8.50	5	2.50	2	1.00	3	1.50	5	2.50	-	-	-	-	-	-		
รวม	264	22.00	325	27.08	148	12.33	41	3.42	38	3.17	103	8.58	111	9.25	56	6.00	21	1.75	15	1.25	13	1.08	28	2.33	2	0.17	2	0.17	3	0.25

ปัจจัยส่วนประกอบของการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	15,001 - 20,000 บาท				20,001 - 25,000 บาท				มากกว่า 25,000 บาท			
	มากที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ
ปัจจัยด้านสถานที่	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
	2	1.00	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านบุคคล	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านวิสัยทัศน์และการส่งเสริมการตลาด	1	0.50	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	-	-	-	-	2	1.00	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านราคา	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	11	0.92	1	0.08	3	0.25	-	-	3	0.25	-	-

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 50,001 - 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอินเทอร์เน็ต ในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อย มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
บริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)					
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,000
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ปัจจัยด้านสถานที่	4.28 (มาก)	4.18 (มาก)	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านบุคคล	4.13 (มาก)	4.10 (มาก)	4.13 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	-	3.50 (มาก)
ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	4.52 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.00 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	-	4.50 (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	3.27 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.63 (มาก)	3.00 (น้อย)	-	3.00 (น้อย)
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	2.78 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.25 (น้อย)	1.67 (น้อยที่สุด)	-	1.50 (น้อยที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	4.43 (มาก)	4.27 (มาก)	4.38 (มาก)	1.67 (น้อยที่สุด)	-	4.00 (มาก)
รวม	3.90 (มาก)	3.87 (มาก)	3.96 (มาก)	3.94 (มาก)	-	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพล  
ต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,001-10,000 บาท ในการ  
เลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่  
และปัจจัยด้านราคา มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล  
และปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่  
มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย	81	40.50	111	55.50	7	3.50	-	-	1	0.50	4.36	มาก	2
สถานที่สะอาด	83	41.50	109	54.50	8	4.00	-	-	-	-	4.38	มาก	1
อากาศเย็นสบาย ติดแอร์	66	33.00	110	55.00	23	11.50	1	0.50	-	-	4.21	มาก	3
เสียง ไม่มีเสียงรบกวน	65	32.50	97	48.50	34	17.00	3	1.50	1	0.50	4.11	มาก	5
มีที่กันแขกเป็นส่วนตัว	50	25.00	68	34.00	65	32.50	14	7.00	3	1.50	3.74	มาก	10
สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง	44	22.00	110	55.00	36	18.00	9	4.50	1	0.50	3.94	มาก	7
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือบ้าน	78	39.00	80	40.00	33	16.50	4	2.00	5	2.50	4.11	มาก	6
การคมนาคมสะดวก	63	31.50	116	58.00	17	8.50	3	1.50	1	0.50	4.18	มาก	4
ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	47	23.50	86	43.00	50	25.00	12	6.00	5	2.50	3.79	มาก	9
การตกแต่งร้านทันสมัย	25	12.50	71	35.50	75	37.5	20	10.00	9	4.50	3.42	น้อย	11
มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบาๆ ภายในร้าน	33	16.50	75	37.50	51	25.50	19	9.50	22	11.00	3.39	น้อย	12
ห้องน้ำสะอาด	56	28.00	85	42.50	36	18.00	9	4.50	14	7.00	3.80	มาก	8
อื่นๆ	8	4.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	4.89	มากที่สุด	-
รวม	699	29.02	1,119	46.45	435	18.06	94	3.90	62	2.57	3.96	มาก	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยในรายละเอียดของปัจจัยด้านสถานที่แต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากทุกด้าน ยกเว้นด้านการตกแต่งร้านและการเปิดดนตรีภายในร้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อย ส่วนปัจจัยอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

- หมายเหตุ 1. อื่นๆ ได้แก่ การให้ร้านเป็นเขตห้ามสูบบุหรี่ และการมีสาวๆเข้ามาใช้บริการมากๆ
2. เนื่องจากปัจจัยอื่น ๆ มีจำนวนตัวอย่างเพียง 9 ตัวอย่าง เมื่อเทียบกับปัจจัยข้ออื่นที่มีจำนวน 200 ตัวอย่าง ดังนั้น แม้จะมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด แต่ก็ไม่สามารถเทียบกับข้ออื่นได้

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ																			
	ชาย						หญิง													
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	ไม่สำคัญ								
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่แออัด สะดวกสบาย	31	15.50	53	26.50	5	2.50	-	-	1	0.50	50	25.00	58	29.00	2	1.00	-	-		
สถานที่ สะอาด	33	16.50	53	26.50	4	2.00	-	-	-	-	50	25.00	56	28.00	4	2.00	-	-		
อากาศเย็นสบาย คิวเซอร์	29	14.50	48	24.00	12	6.00	1	0.50	-	-	37	18.50	62	31.00	11	5.50	-	-		
เงียบ ไม่มีเสียงรบกวน	24	12.00	44	22.00	21	10.50	1	0.50	-	-	41	20.50	53	26.50	13	6.50	2	1.00	0.50	
มีที่กินขนมเป็นส่วนตัว	20	10.00	26	13.00	32	16.00	10	5.00	2	1.00	30	15.00	42	21.00	33	16.50	4	2.00	1	0.50
สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง	17	8.50	49	24.50	20	10.00	4	2.00	-	-	27	13.50	61	30.50	16	8.00	5	2.50	1	0.50
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือบ้าน	31	15.50	36	18.00	17	8.50	3	1.50	3	1.50	47	23.50	44	22.00	16	8.00	1	0.50	2	1.00
การคมนาคมสะดวก	24	12.00	55	27.50	9	4.50	1	0.50	1	0.50	39	19.50	61	30.50	8	4.00	2	1.00	-	-
ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	22	11.00	40	20.00	21	10.50	5	2.50	2	1.00	25	12.50	46	23.00	29	14.50	7	3.50	3	1.50
การตกแต่งร้านทันสมัย	8	4.00	32	16.00	39	19.50	8	4.00	3	1.50	17	8.50	39	19.50	36	18.00	12	6.00	6	3.00
มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบาๆ ภายในร้าน	15	7.50	30	15.00	25	12.50	10	5.00	10	5.00	18	9.00	45	22.50	26	13.00	9	4.50	12	6.00
ห้องน้ำสะอาด	17	8.50	39	19.50	20	10.00	6	3.00	8	4.00	39	19.50	46	23.00	16	8.00	3	1.50	6	3.00
อื่นๆ	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-
รวม	275	11.42	505	20.96	225	9.34	49	2.03	30	1.25	424	17.60	614	25.49	210	8.72	45	1.87	32	1.33

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย	4.26 (มาก)	4.44 (มาก)
สถานที่ สะอาด	4.32 (มาก)	4.42 (น้อย)
อากาศเย็นสบาย ติดแอร์	4.17 (มาก)	4.24 (มาก)
เงียบ ไม่มีเสียงรบกวน	4.01 (มาก)	4.19 (มาก)
มีที่กั้นแยกเป็นส่วนตัว	3.58 (มาก)	3.87 (มาก)
สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือบ้าน	3.99 (มาก)	4.21 (มาก)
การคมนาคมสะดวก	4.11 (น้อย)	4.25 (น้อย)
ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	3.83 (น้อย)	3.75 (มาก)
การตกแต่งร้านทันสมัย	3.83 (มาก)	3.45 (น้อย)
มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบาๆ ภายในร้าน	3.33 (น้อย)	3.44 (น้อย)
ห้องน้ำสะอาด	3.57 (มาก)	3.99 (มาก)
อื่นๆ	5.00 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)
รวม	3.87 (มาก)	4.02 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ได้แก่ สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย มากกว่าด้านอื่นๆ



ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	อายุ(ปี)																													
	ต่ำกว่า 18				18 - 30				31 - 40																					
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด																		
จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ																		
สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่ติดขัด สะดวกสบาย	15	7.50	8	4.00	3	1.50	-	-	-	63	31.50	101	50.50	4	2.00	-	-	1	0.50	3	1.50	2	1.00	-	-	-	-			
สถานที่ สะอาด	7	3.50	17	8.50	2	1.00	-	-	-	74	37.00	89	44.50	6	3.00	-	-	-	-	2	1.00	3	1.50	-	-	-	-			
อากาศเย็นสบาย คิวแอร์	3	1.50	20	10.00	3	1.50	-	-	-	62	31.00	87	43.50	19	9.50	1	0.50	-	-	1	0.50	3	1.50	1	0.50	-	-			
เสียง ไม่มีเสียงรบกวน	7	3.50	13	6.50	5	2.50	-	-	1	0.50	57	28.50	82	41.00	27	13.50	3	1.50	-	-	1	0.50	2	1.00	2	1.00	-	-		
มีที่กั้นแยกเป็นส่วนตัว	6	3.00	9	4.50	8	4.00	3	1.50	-	43	21.50	57	28.50	56	28.00	11	5.50	2	1.00	1	0.50	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50	
สถานที่จอดรถสะดวก ปอดอกัยและพอเพียง	4	2.00	15	7.50	7	3.50	-	-	-	39	19.50	92	46.00	29	14.50	8	4.00	1	0.50	1	0.50	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50	
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือบ้าน	7	3.50	10	5.00	7	3.50	1	0.50	1	0.50	69	34.50	67	33.50	26	13.00	3	1.50	4	2.00	2	1.00	3	1.50	-	-	-	-	-	
การคมนาคมสะดวก	8	4.00	12	6.00	5	2.50	1	0.50	-	55	27.50	99	49.50	12	6.00	2	1.00	1	0.50	-	-	5	2.50	-	-	-	-	-	-	
ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	5	2.50	14	7.00	4	2.00	2	1.00	1	0.50	41	20.50	70	35.00	45	22.50	9	4.50	4	2.00	1	0.50	2	1.00	1	0.50	1	0.50	-	-
การตกแต่งร้านทันสมัย	4	2.00	13	6.50	6	3.00	2	1.00	1	0.50	21	10.50	55	27.50	67	33.50	18	9.00	8	4.00	-	-	3	1.50	2	1.00	-	-	-	-
มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบาๆ ภายในร้าน	6	3.00	8	4.00	3	1.50	5	2.50	4	2.00	26	13.00	63	31.50	48	24.00	14	7.00	18	9.00	1	0.50	4	2.00	-	-	-	-	-	-
ห้องนั่งสะอาด	7	3.50	9	4.50	4	2.00	2	1.00	4	2.00	49	24.50	72	36.00	32	16.00	6	3.00	10	5.00	-	-	4	2.00	-	-	1	0.50	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	4.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวม	79	3.28	148	6.14	57	2.37	16	0.66	12	0.50	607	25.20	935	38.81	371	15.40	75	3.11	49	2.03	13	0.54	36	1.49	7	0.29	3	0.12	1	0.04

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	อายุ (ปี)		
	ต่ำกว่า 18	18 - 30	31 - 40
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่มีอึดอัด สะดวกสบาย	4.46 (มาก)	4.33 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
สถานที่ สะอาด	4.19 (มาก)	4.40 (มาก)	4.40 (มาก)
อากาศเย็นสบาย ติดแอร์	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)	4.00 (มาก)
เสียง ไม่มีเสียงรบกวน	3.96 (มาก)	4.14 (มาก)	3.80 (มาก)
มีที่กั้นแยกเป็นส่วนตัว	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)	3.40 (มาก)
สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง	3.88 (มาก)	3.95 (มาก)	3.80 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือบ้าน	3.81 (มาก)	4.15 (มาก)	4.40 (มาก)
การคมนาคมสะดวก	4.04 (มาก)	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)
ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)	3.60 (มาก)
การตกแต่งร้านทันสมัย	3.65 (มาก)	3.37 (น้อย)	3.60 (มาก)
มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบาๆ ภายในร้าน	3.27 (น้อย)	3.38 (น้อย)	4.20 (มาก)
ห้องน้ำสะอาด	3.50 (มาก)	3.85 (มาก)	3.60 (มาก)
อื่นๆ	-	4.89 (มาก)	-
รวม	3.85 (มาก)	3.97 (มาก)	3.95 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี และอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านสถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย มากกว่าด้านอื่นๆ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 - 30 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University



ปัจจัยด้านสถานที่	อาชีพ															
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง						เจ้าของกิจการ									
	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย				
จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ				
สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะอาด	5	2.50	8	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
สถานที่ สะอาด	4	2.00	8	4.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-			
อากาศเย็นสบาย ติดแอร์	3	1.50	8	4.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-			
เสียง ไม่มีเสียงรบกวน	2	1.00	8	4.00	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-			
มีที่กั้นเขตนั่งส่วนตัว	2	1.00	4	2.00	6	3.00	-	-	-	-	-	-	-			
สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง	2	1.00	9	4.50	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	-			
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือบ้าน	3	1.50	9	4.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-			
การคมนาคมสะดวก	3	1.50	9	4.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-			
ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	4	2.00	4	2.00	3	1.50	2	1.00	-	-	-	-	-			
การตกแต่งร้านทันสมัย	2	1.00	7	3.50	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-			
มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบาๆ ภายในร้าน	2	1.00	8	4.00	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-			
ห้องนั่งสะดวก	1	0.50	8	4.00	2	1.00	2	1.00	-	-	-	-	-			
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
รวม	33	1.37	90	3.74	26	1.08	6	0.25	-	-	-	-	-			
									8	0.33	6	0.25	2	0.08	3	0.12

จากการร่างที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนทุกอาชีพยกเว้นข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต ในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อย มากกว่าระดับอื่นๆ  
 ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท/ลูก จ้าง	เจ้าของกิจ การ	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย	4.36 (มาก)	3.75 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
สถานที่ สะอาด	4.38 (มาก)	4.25 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
อากาศเย็นสบาย คืดแอร์	4.22 (มาก)	3.75 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)	-	4.00 (มาก)
เสียง ไม่มีเสียงรบกวน	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	-	4.00 (มาก)
มีที่กันแยกเป็นส่วนตัว	3.76 (มาก)	3.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.46 (มาก)	-	3.50 (มาก)
สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง	3.91 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	3.92 (มาก)	-	4.00 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือบ้าน	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)	-	2.00 (น้อยที่สุด)
การคมนาคมสะดวก	4.18 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)	-	2.50 (น้อย)
ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	3.80 (มาก)	3.25 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)	-	3.50 (มาก)
การตกแต่งร้านทันสมัย	3.40 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.85 (มาก)	-	2.50 (น้อย)
มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบาๆ ภายในร้าน	3.37 (มาก)	3.25 (น้อย)	3.75 (มาก)	3.92 (มาก)	-	1.50 (น้อยที่สุด)
ห้องน้ำสะอาด	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	4.25 (มาก)	3.62 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
อื่นๆ	4.89 (มากที่สุด)	-	-	-	-	-
รวม	3.96 (มาก)	3.79 (มาก)	4.31 (มาก)	3.95 (มาก)	-	3.42 (น้อย)

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านได้แก่ ด้านสถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆมากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการคมนาคมสะดวก มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ ได้แก่ ได้แก่ ด้านสถานที่สะอาด สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน และการคมนาคมสะดวก มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย มากกว่าด้านอื่นๆ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย สถานที่สะอาด และห้องน้ำสะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	น้อยกว่า 5,000 บาท				5,001 - 10,000 บาท				10,001 - 15,000 บาท			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ	จำนวน 57 ร้อยละ 28.50	จำนวน 72 ร้อยละ 36.00	จำนวน 6 ร้อยละ 3.00	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 17 ร้อยละ 8.50	จำนวน 33 ร้อยละ 16.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน - ร้อยละ -
สถานที่สะอาด	จำนวน 56 ร้อยละ 28.00	จำนวน 74 ร้อยละ 37.00	จำนวน 6 ร้อยละ 3.00	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 20 ร้อยละ 10.00	จำนวน 29 ร้อยละ 14.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 29 ร้อยละ 14.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน - ร้อยละ -
อากาศเย็นสบาย คิวดีแอร์	จำนวน 47 ร้อยละ 23.50	จำนวน 76 ร้อยละ 38.00	จำนวน 12 ร้อยละ 6.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 17 ร้อยละ 8.50	จำนวน 25 ร้อยละ 12.50	จำนวน 9 ร้อยละ 4.50	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 6 ร้อยละ 3.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน - ร้อยละ -
เสียง ไม่รบกวน	จำนวน 48 ร้อยละ 24.00	จำนวน 65 ร้อยละ 32.50	จำนวน 20 ร้อยละ 10.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 15 ร้อยละ 7.50	จำนวน 25 ร้อยละ 12.50	จำนวน 11 ร้อยละ 5.50	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน - ร้อยละ -
มีที่กันแยกเป็นส่วนตัว	จำนวน 39 ร้อยละ 19.50	จำนวน 46 ร้อยละ 23.00	จำนวน 42 ร้อยละ 21.00	จำนวน 9 ร้อยละ 4.50	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 9 ร้อยละ 4.50	จำนวน 18 ร้อยละ 9.00	จำนวน 18 ร้อยละ 9.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
สถานที่จอดรถสะดวก ใกล้คีย์ และพอเพียง	จำนวน 27 ร้อยละ 13.50	จำนวน 75 ร้อยละ 37.50	จำนวน 27 ร้อยละ 13.50	จำนวน 6 ร้อยละ 3.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 10 ร้อยละ 5.00	จำนวน 29 ร้อยละ 14.50	จำนวน 9 ร้อยละ 4.50	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน - ร้อยละ -
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือบ้าน	จำนวน 55 ร้อยละ 27.50	จำนวน 49 ร้อยละ 24.50	จำนวน 27 ร้อยละ 13.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 15 ร้อยละ 7.50	จำนวน 26 ร้อยละ 13.00	จำนวน 6 ร้อยละ 3.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน - ร้อยละ -
การคมนาคมสะดวก	จำนวน 38 ร้อยละ 19.00	จำนวน 81 ร้อยละ 40.50	จำนวน 15 ร้อยละ 7.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 17 ร้อยละ 8.50	จำนวน 31 ร้อยละ 15.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน - ร้อยละ -
ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	จำนวน 33 ร้อยละ 16.50	จำนวน 59 ร้อยละ 29.50	จำนวน 33 ร้อยละ 16.50	จำนวน 8 ร้อยละ 4.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 12 ร้อยละ 6.00	จำนวน 22 ร้อยละ 11.00	จำนวน 14 ร้อยละ 7.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
การตกแต่งร้านทันสมัย	จำนวน 20 ร้อยละ 10.00	จำนวน 47 ร้อยละ 23.50	จำนวน 52 ร้อยละ 26.00	จำนวน 13 ร้อยละ 6.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 18 ร้อยละ 9.00	จำนวน 21 ร้อยละ 10.50	จำนวน 6 ร้อยละ 3.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบา ภายในร้าน	จำนวน 25 ร้อยละ 12.50	จำนวน 52 ร้อยละ 26.00	จำนวน 32 ร้อยละ 16.00	จำนวน 15 ร้อยละ 7.50	จำนวน 12 ร้อยละ 6.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 21 ร้อยละ 10.50	จำนวน 17 ร้อยละ 8.50	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
ห้องน้ำสะอาด	จำนวน 41 ร้อยละ 20.50	จำนวน 58 ร้อยละ 29.00	จำนวน 26 ร้อยละ 13.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 7 ร้อยละ 3.50	จำนวน 12 ร้อยละ 6.00	จำนวน 22 ร้อยละ 11.00	จำนวน 9 ร้อยละ 4.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน - ร้อยละ -
อื่นๆ	จำนวน 7 ร้อยละ 3.50	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -
รวม	จำนวน 493 ร้อยละ 20.46	จำนวน 754 ร้อยละ 31.50	จำนวน 298 ร้อยละ 12.37	จำนวน 62 ร้อยละ 2.57	จำนวน 32 ร้อยละ 1.33	จำนวน 152 ร้อยละ 6.31	จำนวน 300 ร้อยละ 12.45	จำนวน 118 ร้อยละ 4.90	จำนวน 26 ร้อยละ 1.08	จำนวน 49 ร้อยละ 2.03	จำนวน 74 ร้อยละ 3.07	จำนวน 10 ร้อยละ 0.42
												จำนวน 3 ร้อยละ 0.12
												จำนวน 3 ร้อยละ 0.12
												จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
												จำนวน 1 ร้อยละ 0.50



ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																				
	15,001 – 20,000 บาท				20,001 – 25,000 บาท				มากกว่า 25,000 บาท												
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด									
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ								
สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่แออัด สะอาด	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
สถานที่ สะอาด	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
อากาศเย็นสบาย ติดแอร์	-	-	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-							
เสียง ไม่มีเสียงรบกวน	-	-	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-							
มีที่นั่งแยกเป็นส่วนตัว	-	-	-	-	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-							
สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง	1	0.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ห้างงาน หรือบ้าน	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
การคมนาคมสะดวก	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	-	-	-	-	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-							
การตกแต่งร้านทันสมัย	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-							
มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบาๆ ภายใต้อาคาร	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-							
ห้องน้ำสะอาด	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-							
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
รวม	9	0.37	10	0.42	10	0.42	7	0.29	-	-	-	11	0.46	7	0.29	1	0.04	3	0.12	2	0.08

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท และ มากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการร้านอินเทอร์เนตในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อย และระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)					
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,000
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะอาด สบาย	4.35 (มาก)	4.31 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	-	4.50 (มากที่สุด)
สถานที่ สะอาด	4.37 (มาก)	4.35 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	-	4.00 (มาก)
อากาศเย็นสบาย ดัดแอร์	4.24 (มาก)	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
เงียบ ไม่มีเสียงรบกวน	4.15 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	-	3.00 (น้อย)
มีที่กันแขกเป็นส่วนตัว	3.85 (มาก)	3.53 (มาก)	3.87 (มาก)	3.00 (น้อย)	-	2.50 (น้อย)
สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง	3.89 (มาก)	3.90 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือบ้าน	4.11 (มาก)	3.98 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	-	5.00 (มากที่สุด)
การคมนาคมสะดวก	4.14 (มาก)	4.22 (มาก)	4.38 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	-	5.00 (มากที่สุด)
ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)	3.63 (มาก)	2.33 (น้อยที่สุด)	-	3.50 (มาก)
การตกแต่งร้านทันสมัย	3.49 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.75 (มาก)	1.67 (น้อยที่สุด)	-	4.50 (มากที่สุด)
มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบาๆ ภายในร้าน	3.46 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.63 (มาก)	1.67 (น้อยที่สุด)	-	3.00 (น้อย)
ห้องน้ำสะอาด	3.90 (มาก)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	1.67 (น้อยที่สุด)	-	2.50 (น้อย)
อื่นๆ	5.00 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	-	-	-	-
รวม	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	4.11 (มาก)	3.39 (น้อย)	-	3.92 (น้อย)

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านสถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย สถานที่สะอาด สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน และการคมนาคมสะดวก มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน และการคมนาคมสะดวก มากกว่าด้านอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความสำคัญ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการเรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี	80	40.00	107	53.50	11	5.50	1	0.50	1	0.50	4.32	มาก	3
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ เวลาที่ผู้ให้บริการมีปัญหามือถือคอมพิวเตอร์หรือการใช้โปรแกรม	102	51.00	86	43.00	11	5.50	1	0.50	-	-	4.45	มาก	2
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ อ่อนแอ้มแจ่มใส	76	38.00	100	50.00	21	10.50	2	1.00	1	0.50	4.24	มาก	4
พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม	70	35.00	107	53.50	22	11.00	-	-	1	0.50	4.22	มาก	5
พนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	74	37.00	98	49.00	24	12.00	4	2.00	-	-	4.21	มาก	6
พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	37	18.50	79	39.50	70	35.00	11	5.50	3	1.50	3.68	มาก	7
พนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ	119	59.50	65	32.50	15	7.50	2	1.00	1	0.50	4.50	มากที่สุด	1
อื่นๆ	1	0.50	-	-	1	0.50	-	-	-	-	4.00	มาก	-
รวม	559	39.87	642	45.79	173	12.34	21	1.50	7	0.50	4.23	มาก	

จากตารางที่ 33 พบว่าระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 โดยในรายละเอียดของปัจจัยด้านบุคคลแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากทุกด้าน ยกเว้นพนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ พนักงานหน้าตาดี

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล	เพศ													
	ชาย						หญิง							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	ไม่สำคัญ		
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการเรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ต ได้เป็นอย่างดี	34	17.00	48	24.00	6	3.00	1	0.50	46	23.00	59	24.50	5	2.50
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการมีปัญหาเรื่องคอมพิวเตอร์หรือการใช้โปรแกรม	43	21.50	38	19.00	8	4.00	1	0.50	59	29.50	48	24.00	3	1.50
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี อ่อนโยน	28	14.00	46	23.00	14	7.00	1	0.50	48	24.00	54	47.00	7	3.50
พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม	28	14.00	46	23.00	15	7.50	-	-	42	21.00	61	30.50	7	3.50
พนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	34	17.00	38	19.00	14	7.00	4	2.00	40	20.00	60	30.00	10	5.00
พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	13	6.50	33	16.50	38	19.00	4	2.00	24	12.00	46	23.00	32	16.00
พนักงานเชื่องตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ	50	25.00	30	15.00	8	4.00	1	0.50	69	34.50	35	17.50	5	2.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-	1	0.50
รวม	230	16.41	279	19.90	103	7.35	12	0.86	329	23.47	363	25.89	70	4.99
													9	0.64
													1	0.07

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการเรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ต ได้เป็นอย่างดี	4.29 (มาก)	4.37 (มาก)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ เวลาที่ผู้ใช้บริการมีปัญหาเรื่องคอมพิวเตอร์หรือการใช้โปรแกรม	4.37 (มาก)	4.51 (มาก)
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ อ่อนโยน ใจดี	4.10 (มาก)	4.35 (มาก)
พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม	4.11 (มาก)	4.32 (มาก)
พนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.13 (มาก)	4.27 (มาก)
พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	3.57 (น้อย)	3.77 (มาก)
พนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ	4.41 (มาก)	4.56 (มาก)
อื่นๆ	-	4.00 (มาก)
รวม	4.13 (มาก)	4.31 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านพนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปีจัดด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล	อายุ(ปี)																																					
	ต่ำกว่า 18						18 - 30						31 - 40																									
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ																							
จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ																								
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการ	10	5.00	14	7.00	1	0.50	67	33.50	91	45.50	10	5.00	1	0.50	3	1.50	2	1.00	-	-	-	-																
เรื่องการจัดงานอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี	15	7.50	7	3.50	3	1.50	-	-	83	41.50	8	4.00	-	-	4	2.00	1	0.50	-	-	-	-																
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้	8	4.00	12	6.00	5	2.50	-	-	67	33.50	86	43.00	14	7.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-															
บริการมีปัญหาคงเหลือหรือการให้บริการช้าไปแกรม	7	3.50	10	5.00	9	4.50	-	-	62	31.00	95	47.50	12	6.00	-	-	1	0.50	2	1.00	2	1.00	2	1.00														
พนักงานมีบุคลิกสัมพันธไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใส	10	5.00	11	5.50	5	2.50	-	-	62	31.00	85	42.50	18	9.00	4	2.00	-	-	1	0.50	2	1.00	1	0.50														
พนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	5	2.50	11	5.50	7	3.50	3	1.50	29	14.50	66	33.00	63	31.50	8	4.00	3	1.50	2	1.00	2	1.00	-	-														
พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	14	7.00	9	4.50	1	0.50	1	0.50	103	51.50	53	26.50	12	6.00	1	0.50	-	-	2	1.00	3	1.50	-	-														
พนักงานซื่อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ	-	-	-	-	1	0.50	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-														
อื่นๆ	69	4.92	74	5.28	32	2.28	5	0.36	3	0.21	474	33.81	554	39.51	137	9.77	16	1.14	3	0.21	16	1.14	4	0.29	0	0.00	1	0.07										
รวม																																						

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับที่มากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับที่สำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล	อายุ (ปี)		
	ต่ำกว่า 18	18 - 30	31 - 40
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการเรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี	4.23 (มาก)	4.33 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ เวลาที่ผู้ใช้บริการมีปัญหาเรื่องคอมพิวเตอร์หรือการใช้โปรแกรม	4.38 (มาก)	4.44 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ชี้แนะเข้มแข็งใส	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	3.80 (มาก)
พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม	3.92 (มาก)	4.30 (มาก)	3.40 (น้อย)
พนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)	4.20 (มาก)
พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	3.69 (มาก)	3.65 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
พนักงานซื่อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ	4.31 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)
อื่นๆ	3.00 (น้อย)	5.00 (มากที่สุด)	-
รวม	4.10 (มาก)	4.25 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี และอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ เวลาที่ผู้ใช้บริการมีปัญหาเรื่องคอมพิวเตอร์หรือปัญหาการใช้โปรแกรม มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 - 30 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานซื่อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ



ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคคล	อาชีพ																							
	นักเรียน/นักศึกษา						ข้าราชการ																	
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก												
จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ												
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการ เรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี	71	35.50	95	47.50	9	4.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-		
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้ บริการมีปัญหาเรื่องคอมพิวเตอร์หรือการใช้อินเทอร์เน็ต	92	46.00	74	37.00	10	5.00	-	-	-	-	1	0.50	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-		
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	66	33.00	91	45.50	18	9.00	1	0.50	1	0.50	2	1.00	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-		
พนักงานพูดจาใช้ถ้อยคำเหมาะสม	61	30.50	97	48.50	19	9.50	-	-	-	-	2	1.00	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-		
พนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	64	32.00	90	45.00	19	9.50	4	2.00	-	-	-	-	3	1.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-		
พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	32	16.00	70	35.00	62	31.00	10	5.00	3	1.50	-	-	-	-	3	1.50	1	0.50	-	-	-	-		
พนักงานมีใจตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ	106	53.00	58	29.00	10	5.00	2	1.00	1	0.50	3	1.50	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-		
อื่นๆ	1	0.50	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
รวม	493	35.16	575	41.01	148	10.56	19	1.36	6	0.43	9	0.64	9	0.64	9	0.64	1	0.07	13	0.93	10	0.71	5	0.36

ปัจจัยด้านบุคคล	อาชีพ															
	พนักงานบริษัทลูกจ้าง					เจ้าของกิจการ										
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ไม่สำคัญ						
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการ	จำนวน 5	ร้อยละ 7	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -		
เรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ตมีคได้เป็นอย่างดี	จำนวน 5	ร้อยละ 8	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -		
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการ ได้เวลาที่ผู้ใช้บริการมีปัญหาร้องเรียนหรือขอความช่วยเหลือ	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -		
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ซื่อสัตย์สุจริต	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 7	ร้อยละ 3.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -		
พนักงานพูดจาดี ให้อภัยคนทะเลาะวิวาท	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -		
พนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน 7	ร้อยละ 3.50	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -		
พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -		
พนักงานเชื่อถือตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -		
อื่นๆ	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -		
รวม	จำนวน 33	ร้อยละ 2.35	จำนวน 46	ร้อยละ 3.28	จำนวน 10	ร้อยละ 0.71	จำนวน 1	ร้อยละ 0.07	จำนวน 1	ร้อยละ 0.07	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 11	ร้อยละ 0.78		
														จำนวน 2	ร้อยละ 0.14	
															จำนวน 1	ร้อยละ 0.07

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อย สำคัญมาก และสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ  
 ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคคล	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท/ลูก จ้าง	เจ้าของกิจ การ	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำ บริการเรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี	4.32 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.31 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ ผู้ให้บริการมีปัญหาเรื่องคอมพิวเตอร์หรือการใช้ โปรแกรม	4.45 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี อิมแอมแจ่มใส	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.15 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้ บริการ	4.21 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	4.31 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	3.67 (มาก)	2.75 (น้อย)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	-	4.00 (มาก)
พนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
อื่นๆ	4.00 (มาก)	-	-	-	-	-
รวม	4.23 (มาก)	3.93 (มาก)	4.29 (มาก)	4.20 (มาก)	-	4.71 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านพนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการเรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ พนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ



รายได้เฉลี่ยต่อเดือน															
15,001 – 20,000 บาท				20,001 – 25,000 บาท				มากกว่า 25,000 บาท							
มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	1	0.50
2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	1	0.50
2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	1	0.50
-	-	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	1	0.50	1	0.50
1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	1	0.50	1	0.50
1	0.50	-	-	2	1.00	-	-	-	-	-	-	2	1.00	-	-
2	1.00	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	2	1.00	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	0.71	6	0.43	5	0.36	-	-	-	-	-	-	8	0.57	4	0.29
														2	0.14

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนขงเงินผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 50,000 บาท และระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 50,000 บาท และระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคคล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)					
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,000
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำ บริการเรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี	4.32 (มาก)	4.29 (มาก)	4.38 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	-	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ ผู้บริการมีปัญหาเรื่องคอมพิวเตอร์หรือการใช้ โปรแกรม	4.45 (มาก)	4.39 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	-	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี อ่อนแอ้มแจ่มใส	4.20 (มาก)	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	-	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม	4.24 (มาก)	4.20 (มาก)	4.38 (มาก)	3.67 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้ บริการ	4.23 (มาก)	4.16 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	3.68 (มาก)	3.73 (มาก)	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	-	3.00 (น้อย)
พนักงานเชื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ	4.49 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
อื่นๆ	4.00 (มาก)	-	-	-	-	-
รวม	4.23 (มาก)	4.23 (มาก)	4.27 (มาก)	4.24 (มาก)	-	4.43 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านพนักงานเชื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ให้บริการมีปัญหาเรื่องคอมพิวเตอร์หรือการใช้โปรแกรม มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการเรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ให้บริการมีปัญหาเรื่องคอมพิวเตอร์หรือการใช้โปรแกรม และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	ระดับความสำคัญ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว	147	73.50	50	25.00	3	1.50	-	-	-	-	4.72	มากที่สุด	1
มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการหลายเครื่อง	96	48.00	94	47.00	9	4.50	-	-	1	0.50	4.42	มาก	5
เครื่องคอมพิวเตอร์ทันสมัย	110	55.00	80	40.00	10	5.00	-	-	-	-	4.50	มากที่สุด	2
อุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ครบครัน	103	51.50	85	42.50	9	4.50	2	1.00	1	0.50	4.43	มาก	4
จอ Monitor มีขนาดใหญ่ และคมชัด	83	41.50	88	44.00	28	14.00	-	-	1	0.50	4.26	มาก	7
ระบบเสียงของคอมพิวเตอร์มีคุณภาพดี	92	46.00	73	36.50	32	16.00	2	1.00	1	0.50	4.26	มาก	8
มีอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ เช่น เครื่องสแกน เครื่องพิมพ์ พร้อมให้บริการ	88	44.00	82	41.00	25	12.50	3	1.50	2	1.00	4.26	มาก	9
มี Application ด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานครบครัน และหลากหลาย เช่น IE, Netscape, ICQ, Pirch, Win Amp	113	56.50	68	34.00	17	8.50	2	1.00	-	-	4.46	มาก	3
มี Application ด้านอื่นๆ เช่น Game, Word processor ให้บริการ	105	52.50	70	35.00	23	11.50	2	1.00	-	-	4.39	มาก	6
มีอาหาร และเครื่องดื่มให้บริการระหว่างใช้บริการ	27	13.50	56	28.00	77	38.50	20	10.00	20	10.00	3.25	น้อย	12
มีการติดข้อมูลข่าวสารใหม่ๆของอินเทอร์เน็ตในร้าน	55	27.50	89	44.50	42	21.00	8	4.00	6	3.00	3.90	มาก	11
มีข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ	72	36.00	78	39.00	35	17.50	9	4.50	6	3.00	4.01	มาก	10
อื่นๆ	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	4.00	มาก	-
รวม	1,091	45.44	914	38.07	310	12.91	48	2.00	38	1.58	4.24	มาก	

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 โดยในรายละเอียดของปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากทุกด้าน ยกเว้นด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว และเครื่องคอมพิวเตอร์ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด และด้านมีอาหาร และเครื่องดื่มให้บริการระหว่างใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อย

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ สายไม่หลุดระหว่างใช้บริการ



ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ต และเพศ

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	เพศ																		
	ชาย						หญิง												
	มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว	65	32.50	23	11.50	2	1.00	-	-	-	82	41.00	27	13.50	1	0.50	-	-		
มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการหลายเครื่อง	38	19.00	45	22.50	7	3.50	-	-	-	58	29.00	49	24.50	2	1.00	1	0.50		
เครื่องคอมพิวเตอร์ทันสมัย	42	21.00	42	21.00	6	3.00	-	-	-	68	34.00	38	19.00	4	2.00	-	-		
อุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ครบครัน	44	22.00	37	18.50	9	4.50	-	-	-	59	29.50	48	24.00	-	-	2	1.00		
จอ Monitor มีขนาดใหญ่ และคมชัด	34	17.00	39	19.50	17	8.50	-	-	-	49	24.50	49	24.50	11	5.50	-	-		
ระบบเสียงของคอมพิวเตอร์มีคุณภาพดี	38	19.00	32	16.00	17	8.50	2	1.00	1	0.50	54	27.00	41	20.50	15	7.50	-		
มีอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ เช่น เครื่องสแกน เครื่องพิมพ์ หรือให้บริการ	36	18.00	39	19.50	12	6.00	3	1.50	-	52	26.00	43	21.50	13	6.50	-	-		
มี Application ด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานครบครัน และหลากหลาย เช่น IE, Netscape, ICQ, Pich, Win Amp	43	21.50	36	18.00	10	5.00	1	0.50	-	70	35.00	32	16.00	7	3.50	1	0.50		
มี Application ด้านอื่นๆ เช่น Game, Word processor ให้บริการ	46	23.00	30	15.00	13	6.50	1	0.50	-	59	29.50	40	20.00	10	5.00	1	0.50		
มีอาหาร และเครื่องดื่มให้บริการระหว่างใช้บริการ	12	6.00	27	13.50	35	17.50	9	4.50	7	3.50	15	7.50	29	14.50	42	21.00	11	5.50	
มีการติดข้อมูลข่าวสารใหม่ๆของอินเทอร์เน็ตให้รับ	19	9.50	46	23.00	16	8.00	7	3.50	2	1.00	36	18.00	43	21.50	26	13.00	1	0.50	
มีข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ	29	14.50	35	17.50	15	7.50	9	4.50	2	1.00	43	21.50	43	21.50	20	10.00	-	-	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-		
	446	18.58	431	17.95	159	6.62	32	1.33	12	0.50	645	26.86	483	20.12	151	6.29	17	0.71	
																		25	1.04

จากการวางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับที่สำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเพศ

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว	4.70 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)
มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการหลายเครื่อง	4.34 (มาก)	4.48 (มาก)
เครื่องคอมพิวเตอร์ทันสมัย	4.40 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)
อุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ครบครัน	4.39 (มาก)	4.47 (มาก)
จอ Monitor มีขนาดใหญ่ และคมชัด	4.19 (มาก)	4.32 (มาก)
ระบบเสียงของคอมพิวเตอร์มีคุณภาพดี	4.16 (มาก)	4.35 (มาก)
มีอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ เช่น เครื่องสแกน เครื่องพิมพ์ พร้อมให้บริการ	4.20 (มาก)	4.30 (มาก)
มี Application ด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานครบครันและหลากหลาย เช่น IE, Netscape, ICQ, Pirch, Win Amp	4.34 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)
มี Application ด้านอื่นๆ เช่น Game, Word processor ให้บริการ	4.34 (มาก)	4.43 (มาก)
มีอาหาร และเครื่องดื่มให้บริการระหว่างใช้บริการ	3.31 (น้อย)	3.20 (น้อย)
มีการติดข้อมูลข่าวสารใหม่ๆของอินเทอร์เน็ตในร้าน	3.81 (มาก)	3.96 (มาก)
มีข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ	3.89 (มาก)	4.10 (มาก)
อื่นๆ	-	4.00 (มาก)
รวม	4.17 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

	อายุ(ปี)																									
	ต่ำกว่า 18												18 - 30						31 - 40							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย			
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว	18	9.00	6	3.00	2	1.00	-	-	-	126	63.00	42	21.00	1	0.50	-	-	-	-	3	1.50	2	1.00	-	-	
มีเครื่องมือคอมพิวเตอร์ให้บริการหลายเครื่อง	9	4.50	14	7.00	3	1.50	-	-	-	86	43.00	76	38.00	6	3.00	-	-	1	0.50	1	0.50	4	2.00	-	-	
เครื่องมือคอมพิวเตอร์ทันสมัย	13	6.50	12	6.00	1	0.50	-	-	-	95	47.50	67	33.50	7	3.50	-	-	-	-	2	1.00	1	0.50	2	1.00	
อุปกรณ์ประกอบของคอมพิวเตอร์ครบครัน	12	6.00	12	6.00	1	0.50	1	0.50	-	87	43.50	72	36.00	8	4.00	1	0.50	1	0.50	4	2.00	1	0.50	-	-	
จอ Monitor มีขนาดใหญ่ และคมชัด	12	6.00	10	5.00	4	2.00	-	-	-	67	33.50	77	48.50	24	12.00	-	-	1	0.50	4	2.00	1	0.50	-	-	
ระบบเสียงของคอมพิวเตอร์มีคุณภาพดี	15	12.50	7	3.50	4	2.00	-	-	-	76	38.00	63	31.50	27	13.50	2	1.00	1	0.50	1	0.50	3	1.50	1	0.50	
มีอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ เช่น เครื่องสแกน เครื่องพิมพ์ หรือให้บริการ	13	6.50	9	4.50	3	1.50	-	1	0.50	73	36.50	71	35.50	21	10.50	3	1.50	1	0.50	2	1.00	2	1.00	1	0.50	
มี Application ด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานครบครัน และหลากหลาย เช่น IE, Netscape, ICQ, Pircq, Win Amp	13	6.50	12	6.00	1	0.50	-	-	-	98	49.00	54	27.00	15	7.50	2	1.00	-	-	2	1.00	2	1.00	1	0.50	
มี Application ด้านอื่นๆ เช่น Game, Word processor ให้บริการ	15	7.50	9	4.50	2	1.00	-	-	-	89	44.50	59	29.50	20	10.00	1	0.50	-	-	1	0.50	2	1.00	1	0.50	
มีอาหาร และเครื่องดื่มให้บริการระหว่างใช้บริการ	5	2.50	9	4.50	4	2.00	3	1.50	5	2.50	20	10.00	45	22.50	72	46.00	17	8.50	15	7.50	2	1.00	2	1.00	1	0.50
มีการติดต่อข่าวสารใหม่ๆของอินเทอร์เน็ตในบ้าน	7	3.50	15	7.50	3	1.50	1	0.50	-	47	23.50	72	36.00	38	19.00	6	3.00	6	3.00	1	0.50	2	1.00	1	0.50	
มีข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ	10	5.00	11	5.50	5	2.50	-	-	-	61	30.50	65	32.50	29	14.50	8	4.00	6	3.00	1	0.50	2	1.00	1	0.50	
อื่นๆ	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
<b>รวม</b>	<b>142</b>	<b>5.91</b>	<b>127</b>	<b>5.29</b>	<b>33</b>	<b>1.37</b>	<b>5</b>	<b>0.21</b>	<b>6</b>	<b>0.25</b>	<b>925</b>	<b>38.53</b>	<b>763</b>	<b>31.78</b>	<b>268</b>	<b>11.16</b>	<b>40</b>	<b>1.67</b>	<b>32</b>	<b>1.33</b>	<b>24</b>	<b>1.00</b>	<b>24</b>	<b>1.00</b>	<b>9</b>	<b>0.37</b>

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการที่มีมือและบริการที่มี  
อิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับที่สำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับที่สำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	อายุ (ปี)		
	ต่ำกว่า 18	18 - 30	31 - 40
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว	4.62 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการหลายเครื่อง	4.23 (มาก)	4.46 (มาก)	4.20 (มาก)
เครื่องคอมพิวเตอร์ทันสมัย	4.46 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
อุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ครบครัน	4.35 (มาก)	4.44 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)
จอ Monitor มีขนาดใหญ่ และคมชัด	4.31 (มาก)	4.24 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)
ระบบเสียงของคอมพิวเตอร์มีคุณภาพดี	4.42 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)
มีอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ เช่น เครื่องสแกน เครื่องพิมพ์ พร้อมให้บริการ	4.27 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)
มี Application ด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานครบครันและหลากหลาย เช่น IE, Netscape, ICQ, Pirch, Win Amp	4.46 (มาก)	4.47 (มาก)	4.20 (มาก)
มี Application ด้านอื่นๆ เช่น Game, Word processor ให้บริการ	4.50 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	3.60 (มาก)
มีอาหาร และเครื่องดื่มให้บริการระหว่างใช้บริการ	3.23 (น้อย)	3.22 (น้อย)	4.20 (มาก)
มีการติดข้อมูลข่าวสารใหม่ๆของอินเทอร์เน็ตในร้าน	4.08 (มาก)	3.88 (มาก)	3.60 (มาก)
มีข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ	4.19 (มาก)	3.99 (มาก)	3.60 (มาก)
อื่นๆ	-	4.00 (มาก)	-
รวม	4.26 (มาก)	4.24 (มาก)	4.15 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี และ 18 - 30 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ครบครัน และจอ Monitor มีขนาดใหญ่ และคมชัด มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	อาชีพ																									
	นักเขียนบทกวี									ข้าราชการ																
	มาก			น้อย			ไม่สำคัญ			มากที่สุด			มาก			น้อย			ไม่สำคัญ			มากที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว	132	66.00	42	21.00	3	1.50	-	-	-	2	1.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
มีเครื่องมือคอมพิวเตอร์ให้บริการหลายเครื่อง	88	44.00	79	39.50	9	4.50	-	-	1	0.50	2	1.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	1	0.50	3	1.50		
เครื่องมือคอมพิวเตอร์ทันสมัย	100	50.00	69	34.50	8	4.00	-	-	-	1	0.50	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-		
อุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ครบครัน	93	46.50	73	36.50	8	4.00	2	1.00	1	0.50	2	1.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	3	1.50	-		
จอ Monitor มีขนาดใหญ่ และคมชัด	71	35.50	80	40.00	25	12.50	-	-	1	0.50	2	1.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	-	3	1.50		
ระบบเสียงของคอมพิวเตอร์มีคุณภาพดี	87	43.50	62	31.00	26	13.00	2	1.00	-	-	-	-	2	1.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	-	2	1.00		
มีอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ เช่น เครื่องสแกน เครื่องพิมพ์ พร้อมให้บริการ	80	40.00	72	36.00	20	10.00	3	1.50	2	1.00	1	0.50	1	0.50	2	1.00	2	1.00	2	1.00	-	-	2	1.00		
มี Application ด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานครบครัน และหลากหลาย เช่น IE, Netscape, ICQ, Pich, Win Amp	104	52.00	58	29.00	13	6.50	2	1.00	-	-	-	-	2	1.00	2	1.00	2	1.00	2	1.00	-	-	3	1.50		
มี Application ด้านอื่นๆ เช่น Game, Word processor ให้บริการ	95	47.50	62	31.00	19	9.50	1	0.50	-	-	2	1.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	-	3	1.50		
มีอาหาร และเครื่องดื่มให้บริการระหว่างใช้บริการ	22	11.00	48	24.00	68	34.00	19	9.50	20	10.00	1	0.50	1	0.50	2	1.00	2	1.00	2	1.00	-	-	3	1.50		
มีการคิดข้อมูลข่าวสารในปากของอินเทอร์เน็ตในร้าน	48	24.00	79	39.50	37	18.50	7	3.50	6	3.00	1	0.50	2	1.00	2	1.00	1	0.50	1	0.50	-	-	2	1.00		
มีข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ	65	32.50	67	33.50	31	15.50	8	4.00	6	3.00	2	1.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	-	1	0.50		
อื่นๆ	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวม	985	41.02	792	32.99	267	11.12	44	1.83	37	1.54	16	0.67	20	0.83	11	0.46	-	-	-	-	1	0.04	23	0.96	14	0.58

บัญชีค่าเครื่องมือและบริการ	อาชีพ												
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง						เจ้าของกิจการ						
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญ	
จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว	7	3.50	6	3.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการหลายเครื่อง	4	2.00	9	4.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เครื่องคอมพิวเตอร์ทันสมัย	5	2.50	7	3.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-
อุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ครบถ้วน	6	3.00	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-
จอ Monitor มีขนาดใหญ และคมชัด	6	3.00	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ระบบเสียงของคอมพิวเตอร์มีคุณภาพดี	2	1.00	8	4.00	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-
มีอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ เช่น เครื่องสแกน เครื่องพิมพ์ หรือให้บริการ	4	2.00	6	3.00	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-
มี Application ด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานครบถ้วน และหลากหลาย เช่น IE, Netscape, ICQ, Fireh, Win Amp	5	2.50	6	3.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-
มี Application ด้านอื่นๆ เช่น Game, Word processor ให้บริการ	4	2.00	6	3.00	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-
มีอาหาร และเครื่องดื่มให้บริการระหว่างใช้บริการ	3	1.50	7	3.50	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-
มีการคิดค่าเช่าสายโทรศัพท์ของอินเทอร์เน็ตในบ้าน	5	2.50	5	2.50	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-
มีข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ	2	1.00	9	4.50	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	53	2.21	83	3.46	16	0.67	4	0.17	-	-	-	1	0.58
												5	0.21
												5	0.21

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพยกเว้น ข้าราชการ และพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ และพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากมากกว่าระดับอื่นๆ



ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท/ลูก จ้าง	พนักงาน บริษัท/ลูก จ้าง	เจ้าของกิจ การ	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว	4.73 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	-	5.00 (มากที่สุด)
มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการหลายเครื่อง	4.43 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.31 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
เครื่องคอมพิวเตอร์ทันสมัย	4.52 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.31 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
อุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ครบครัน	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.46 (มาก)	-	4.00 (มาก)
จอ Monitor มีขนาดใหญ่ และคมชัด	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	-	4.00 (มาก)
ระบบเสียงของคอมพิวเตอร์มีคุณภาพดี	4.32 (มาก)	3.00 (น้อย)	4.25 (มาก)	3.92 (มาก)	-	4.00 (มาก)
มีอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ เช่น เครื่องสแกน เครื่องพิมพ์ พร้อมให้บริการ	4.27 (มาก)	3.75 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
มี Application ด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานครบครันและหลากหลาย เช่น IE, Netscape, ICQ, Pirch, Win Amp	4.49 (มาก)	3.50 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
มี Application ด้านอื่นๆ เช่น Game, Word processor ให้บริการ	4.42 (มาก)	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
มีอาหาร และเครื่องดื่มให้บริการระหว่างใช้บริการ	3.19 (น้อย)	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)	3.92 (มาก)	-	3.00 (น้อย)
มีการติดข้อมูลข่าวสารใหม่ๆของอินเทอร์เน็ตในร้าน	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	4.08 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
มีข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	3.75 (มาก)	3.92 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
อื่นๆ	4.00 (มาก)	-	-	-	-	-
รวม	4.24 (มาก)	4.04 (มาก)	4.25 (มาก)	4.19 (มาก)	-	4.38 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการหลายเครื่อง และอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ครบครัน มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว เครื่องคอมพิวเตอร์ทันสมัย และมีข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ มากกว่าด้านอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้นเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																															
	น้อยกว่า 5,000 บาท				5,001 - 10,000 บาท				10,001 - 15,000 บาท																							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด																				
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว	จำนวน 103	ร้อยละ 51.50	จำนวน 31	ร้อยละ 15.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 34	ร้อยละ 17.00	จำนวน 16	ร้อยละ 8.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 22	ร้อยละ 11.00	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน -	ร้อยละ -
มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการหลายเครื่อง	69	34.50	62	31.00	4	2.00	-	-	1	0.50	22	11.00	24	12.00	5	2.50	-	-	2	1.00	2	1.00	6	3.00	-	-	2	1.00	6	3.00	-	-
เครื่องคอมพิวเตอร์ทันสมัย	79	39.50	50	25.00	7	3.50	-	-	-	-	27	13.50	22	11.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
อุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ครบครัน	72	36.00	54	27.00	7	3.50	2	1.00	1	0.50	27	13.50	22	11.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
จอ Monitor มีขนาดใหญ่ และคมชัด	58	29.00	59	29.50	19	9.50	-	-	-	-	18	9.00	24	12.00	9	4.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ระบบเสียงของคอมพิวเตอร์มีคุณภาพดี	66	33.00	46	23.00	23	11.50	1	0.50	-	-	20	10.00	21	10.50	8	4.00	1	0.50	1	0.50	3	1.50	4	2.00	1	0.50	3	1.50	4	2.00	1	0.50
มีอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ เช่น เครื่องสแกน เครื่องพิมพ์ พร้อมให้บริการ	61	30.50	58	29.00	15	7.50	1	0.50	1	0.50	21	10.50	20	10.00	8	4.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
มี Application ด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานครบครัน และหลากหลาย เช่น IE, Netscape, ICQ, Pich, Win, Amp	82	41.00	44	22.00	8	4.00	1	0.50	-	-	22	11.00	20	10.00	8	4.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
มี Application ด้านอื่นๆ เช่น Game, Word processor ให้บริการ	74	37.00	47	23.50	14	7.00	1	0.50	-	-	23	11.50	19	9.50	8	4.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
มีอาหาร และเครื่องดื่มให้บริการระหว่างใช้บริการ	18	9.00	34	17.00	57	28.50	14	7.00	13	6.50	8	4.00	18	9.00	17	8.50	5	2.50	3	1.50	1	0.50	3	1.50	3	1.50	1	0.50	3	1.50	3	1.50
มีการจัดข้อมูลข่าวสารใหม่ๆของอินเทอร์เน็ตให้ในร้าน	43	21.50	56	28.00	28	14.00	7	3.50	2	1.00	11	5.50	26	13.00	12	6.00	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
มีข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ	54	27.00	49	24.50	25	12.50	6	3.00	2	1.00	17	8.50	22	11.00	8	4.00	3	1.50	1	0.50	1	0.50	4	2.00	2	1.00	2	1.00	4	2.00	2	1.00
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	779	32.44	590	24.57	209	8.70	33	1.37	20	0.83	250	10.41	255	10.62	88	3.67	14	0.58	6	0.25	33	1.37	49	2.04	11	0.46	-	-	-	-	3	0.12

บัญชีค่าเครื่องแต่ละรายการ	รายการที่เฉลี่ยต่อเดือน												
	15,001 - 20,000 บาท				20,001 - 25,000 บาท				มากกว่า 25,000 บาท				
	มากที่สุด จำนวน ร้อยละ	มาก จำนวน ร้อยละ	น้อย จำนวน ร้อยละ	ไม่ถึงที่สุด จำนวน ร้อยละ	มากที่สุด จำนวน ร้อยละ	มาก จำนวน ร้อยละ	น้อย จำนวน ร้อยละ	ไม่ถึงที่สุด จำนวน ร้อยละ	มากที่สุด จำนวน ร้อยละ	มาก จำนวน ร้อยละ	น้อย จำนวน ร้อยละ	ไม่ถึงที่สุด จำนวน ร้อยละ	
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการตามเครื่อง	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	-	-	
เครื่องคอมพิวเตอร์ทันสมัย	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	2	1.00	-	
อุปกรณ์ประกอบของคอมพิวเตอร์ครบครัน	-	-	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	
จอ Monitor มีขนาดใหญ่ และกะทัดรัด	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	
ระบบเสียงของคอมพิวเตอร์มีคุณภาพดี	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	-	-	
มีอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ เช่น เครื่องสแกน เครื่องพิมพ์ พร้อมให้บริการ	2	1.00	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-	
มี Application ด้านอินเทอร์เน็ต ให้ใช้งานครบครัน และหลากหลาย เช่น IE, Netscape, ICQ, Pich, Win Amp	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	
มี Application ด้านอื่นๆ เช่น Game, Word processor ให้บริการ	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
มีอาหาร และเครื่องดื่มให้บริการระหว่างใช้บริการ	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	
มีการติดตั้งบุคลากรใหม่ๆของอินเทอร์เน็ตในร้าน	1	0.50	-	-	-	-	-	-	2	1.00	-	-	
มีข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ	1	0.50	-	-	-	-	-	-	2	1.00	-	-	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวม	20	0.83	8	0.33	-	-	-	8	0.33	-	-	-	
								10	0.42	1	0.04	1	0.04

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนทุกรายได้ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท และ 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการมากที่สุดมากกว่าระดับอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท และ 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดในระดับมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)					
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,000
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว	4.74 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	-	5.00 (มากที่สุด)
มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการหลายเครื่อง	4.46 (มาก)	4.33 (มาก)	4.25 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	-	4.50 (มากที่สุด)
เครื่องคอมพิวเตอร์ทันสมัย	4.53 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.13 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	-	4.00 (มาก)
อุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ครบครัน	4.43 (มาก)	4.49 (มาก)	4.38 (มาก)	4.00 (มากที่สุด)	-	4.50 (มากที่สุด)
จอ Monitor มีขนาดใหญ่ และคมชัด	4.29 (มาก)	4.18 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.67 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
ระบบเสียงของคอมพิวเตอร์มีคุณภาพดี	4.30 (มาก)	4.14 (มาก)	4.25 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	-	4.50 (มากที่สุด)
มีอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ เช่น เครื่องสแกน เครื่องพิมพ์ พร้อมให้บริการ	4.30 (มาก)	4.18 (มาก)	4.25 (มาก)	3.67 (มาก)	-	4.00 (มาก)
มี Application ด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานครบครันและหลากหลาย เช่น IE, Netscape, ICQ, Pirch, Win Amp	4.52 (มากที่สุด)	4.24 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	-	5.00 (มากที่สุด)
มี Application ด้านอื่นๆ เช่น Game, Word processor ให้บริการ	4.43 (มาก)	4.25 (มาก)	4.38 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	-	4.50 (มากที่สุด)
มีอาหาร และเครื่องดื่มให้บริการระหว่างใช้บริการ	3.22 (น้อย)	3.45 (มาก)	3.38 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	-	1.50 (น้อยที่สุด)
มีการติดข้อมูลข่าวสารใหม่ๆของอินเทอร์เน็ตในร้าน	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)	3.38 (น้อย)	2.33 (น้อยที่สุด)	-	4.00 (มาก)
มีข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	2.00 (น้อยที่สุด)	-	4.00 (มาก)
อื่นๆ	-	4.00 (มาก)	-	-	-	-
รวม	4.27 (มาก)	4.19 (มาก)	4.14 (มาก)	3.89 (มาก)	-	4.17 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 5,000 บาท ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท

ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000 - 20,000 บาท ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มี Application ด้านอื่นๆ เช่น Game, Word processor ให้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มี Application ด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานครบครันและหลากหลาย เช่น IE, Netscape, ICQ, Pirch, Win Amp มากกว่าด้านอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านวัสดุ สื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใปปลิว	18	9.00	66	37.50	75	37.50	12	6.00	29	14.50	3.16	น้อย	5
การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร ด้านคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต	20	10.00	57	28.50	77	38.50	20	10.00	26	13.00	3.13	น้อย	6
การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	13	6.50	49	24.50	82	41.00	22	11.00	34	17.00	2.93	น้อย	7
พนักงานแจ้งให้ทราบ	28	14.00	63	31.50	73	36.50	16	8.00	20	10.00	3.32	น้อย	4
การลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส	88	44.00	87	43.50	16	8.00	7	3.50	2	1.00	4.26	มาก	1
การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง	87	43.50	83	41.50	20	10.00	6	3.00	4	2.00	4.22	มาก	2
มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	60	30.00	89	44.50	35	17.50	8	4.00	8	4.00	3.93	มาก	3
อื่นๆ	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	5.00	มากที่สุด	-
รวม	315	22.48	494	35.26	378	26.98	91	6.50	123	8.78	3.57	มาก	

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 โดยในรายละเอียดของปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ ด้านการโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใปปลิว การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร ด้านคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น และพนักงานแจ้งให้ทราบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อย ด้านการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง และมีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนด้านอื่นๆมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

หมายเหตุ 1. อื่นๆ ได้แก่ มีอาหารว่างบริการฟรี

2. เนื่องจากปัจจัยอื่น ๆ มีจำนวนตัวอย่างเพียง 1 ตัวอย่าง เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นที่มีจำนวน 200 ตัวอย่าง ดังนั้น แม้จะมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด แต่ก็ไม่สามารถเทียบกับข้ออื่นได้

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านวัตถุประสงค์และการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเพศ

วัตถุประสงค์	เพศ																				
	ชาย						หญิง														
	มาก	น้อย	มากที่สุด	ไม่สำคัญ	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	น้อย	มาก	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ										
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ								
การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบปลิว	11	5.50	26	13.00	32	16.00	7	3.50	14	7.00	7	3.50	40	20.00	43	21.50	5	2.50	15	7.50	
การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร ด้านคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต	12	6.00	24	12.00	37	18.50	8	4.00	9	4.50	8	4.00	33	16.50	40	20.00	12	6.00	17	8.50	
การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	6	3.00	23	11.50	36	18.00	9	4.50	16	8.00	7	3.50	26	13.00	46	23.00	13	6.50	18	9.00	
พนักงานแจ้งให้ทราบ	15	7.50	25	12.50	29	14.50	9	4.50	12	6.00	13	6.50	38	19.00	44	22.00	7	3.50	8	4.00	
การลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส	38	19.00	36	18.00	10	5.00	4	2.00	2	1.00	50	25.00	51	25.50	6	3.00	3	1.50	-	-	
การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง	35	17.50	36	18.00	13	6.50	3	1.50	3	1.50	52	26.00	47	23.50	7	3.50	3	1.50	1	0.50	
มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	24	12.00	38	19.00	18	9.00	6	3.00	4	2.00	36	18.00	51	25.50	17	8.50	2	1.00	4	2.00	
อื่นๆ	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	142	10.14	208	14.85	175	12.49	46	3.28	60	4.28	173	12.35	286	20.41	203	14.49	45	3.21	63	4.50	

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจมากที่สุดกับความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ



ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเพศ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบปลิว	3.14 (น้อย)	3.17 (น้อย)
การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร ด้านคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต	3.24 (น้อย)	3.03 (น้อย)
การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	2.93 (น้อย)	2.92 (น้อย)
พนักงานแจ้งให้ทราบ	3.24 (น้อย)	3.37 (น้อย)
การลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส	4.16 (มาก)	4.35 (มาก)
การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง	4.08 (มาก)	4.33 (มาก)
มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.80 (มาก)	4.03 (มาก)
อื่นๆ	5.00 (มากที่สุด)	-
รวม	3.52 (มาก)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านวัตถุประสงค์และการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

	อายุ(ปี)																											
	ต่ำกว่า 18				18 - 30				31 - 40																			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด																
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ															
การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ไม้ปลิว	5	2.50	10	5.00	8	4.00	1	0.50	2	1.00	11	5.50	27	13.50	2	1.00	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-				
การโฆษณาในเอกสาร/วารสาร ค้านคอมพิวเตอร์ หรืออินเทอร์เน็ต	7	3.50	8	4.00	7	3.50	1	0.50	3	1.50	13	6.50	45	22.50	69	34.50	19	9.50	23	11.50	-	-	-	-				
การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	4	2.00	7	3.50	10	5.00	1	0.50	4	2.00	9	4.50	38	19.00	71	35.50	21	10.50	30	15.00	-	-	-	-				
พนักงานแจ้งให้ทราบ	6	3.00	11	5.50	7	3.50	-	-	2	1.00	21	10.50	49	24.50	66	33.00	16	8.00	17	8.50	1	0.50	3	1.50				
การลดราคาในบางช่วงเวลาหรือในบางโอกาส	12	6.00	10	5.00	4	2.00	-	-	-	-	74	37.00	74	37.00	12	6.00	7	3.50	2	1.00	2	1.00	3	1.50				
การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง	10	5.00	10	5.00	3	1.50	3	1.50	2	1.00	75	37.50	71	35.50	16	8.00	5	2.50	2	1.00	2	1.00	2	1.00				
มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	7	3.50	12	6.00	4	2.00	1	0.50	2	1.00	51	25.50	75	37.50	30	15.00	7	3.50	6	3.00	2	1.00	2	1.00				
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
รวม	51	3.64	68	4.85	43	3.07	5	0.36	15	1.07	255	18.20	406	28.98	330	23.55	86	6.14	107	7.64	9	0.64	20	1.43	5	0.36	1	0.07

จากการที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่จัดจำหน่ายสินค้าและบริการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	อายุ (ปี)		
	ต่ำกว่า 18	18 - 30	31 - 40
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบปลิว	3.58 (มาก)	3.07 (น้อย)	4.20 (มาก)
การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร ด้านคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต	3.58 (มาก)	3.04 (น้อย)	3.80 (มาก)
การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	3.23 (น้อย)	2.85 (น้อย)	3.80 (มาก)
พนักงานแจ้งให้ทราบ	3.73 (มาก)	3.24 (น้อย)	3.60 (มาก)
การลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)	4.40 (มาก)
การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง	3.96 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)
มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.81 (มาก)	3.93 (มาก)	4.20 (มาก)
อื่นๆ	-	5.00 (มากที่สุด)	-
รวม	3.74 (มาก)	3.52 (มาก)	4.03 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี และอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 - 30 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส และการมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	นักเรียนนักศึกษา												ข้าราชการ												พนักงานรัฐวิสาหกิจ											
	มาก				น้อย				ไม่สำคัญ				มากที่สุด				มาก				น้อย				ไม่สำคัญ				มากที่สุด							
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ								
การโฆษณาผ่านใบโฆษณา ไปรษณีย์	16	8.00	56	28.00	68	34.00	11	5.50	26	13.00	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	-	-	3	1.50	1	0.50	-	-								
การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร ด้านคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต	18	9.00	47	23.50	69	34.50	19	9.50	24	12.00	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-	3	1.50	-	-	1	0.50								
การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	11	5.50	40	20.00	75	37.50	19	9.50	32	16.00	1	0.50	-	-	2	1.00	-	-	1	0.50	-	-	2	1.00	1	0.50	1	0.50								
พนักงานแจ้งให้ทราบ	24	12.00	54	27.00	66	33.00	15	7.50	18	9.00	1	0.50	-	-	2	1.00	-	-	1	0.50	-	-	2	1.00	2	1.00	-	-								
การลดราคาในบางช่วงเวลาหรือในบางโอกาส	77	38.50	77	38.50	15	7.50	6	3.00	2	1.00	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50	-	-	-	-	2	1.00	2	1.00	-	-								
การมีส่วนลดจากบัตรเครดิตจำนวนข้างโมง	77	38.50	74	37.00	17	8.50	5	2.50	4	2.00	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50	-	-	-	-	2	1.00	1	0.50	1	0.50								
มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้บริการพิเศษต่างๆ	50	25.00	80	40.00	32	16.00	7	3.50	8	4.00	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50	-	-	-	-	2	1.00	1	0.50	-	-								
อื่นๆ	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-								
รวม	274	19.56	428	30.55	342	24.41	82	5.85	114	8.14	8	0.57	5	0.36	8	0.57	3	0.21	4	0.29	7	0.50	14	1.00	4	0.29	3	0.21								

ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์และการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ																						
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง							เจ้าของกิจการ															
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	ไม่สำคัญ								
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ								
การโฆษณาผ่านวิทยุ โทรทัศน์	2	1.00	6	3.00	4	2.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	2	1.00						
การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร	2	1.00	6	3.00	5	2.50	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	1	0.50					
หรืออินเตอร์เน็ต	1	0.50	7	3.50	4	2.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	1	0.50				
พนักงานแจ้งให้ทราบ	1	0.50	7	3.50	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-				
การลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส	6	3.00	6	3.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	1	0.50	-	-				
การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง	5	2.50	6	3.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	1	0.50	-	-				
มีการมีครบสมรรถนะเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	5	2.50	6	3.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	1	0.50	-	-				
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
รวม	22	1.57	44	3.14	22	1.57	2	0.14	1	0.07	-	-	-	4	0.29	3	0.21	2	0.14	1	0.07	4	0.29

จากการที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพยกเว้นข้าราชการ และอื่นๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับไม่สำคัญ และสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท/ลูก จ้าง	เจ้าของกิจ การ	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบปลิว	3.14 (น้อย)	2.75 (น้อย)	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	-	1.00 (ไม่สำคัญ)
การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร ด้านคอมพิวเตอร์หรือ อินเทอร์เน็ต	3.09 (น้อย)	2.75 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.77 (มาก)	-	2.00 (น้อยที่สุด)
การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	2.88 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.25 (น้อย)	3.62 (มาก)	-	1.50 (น้อยที่สุด)
พนักงานแจ้งให้ทราบ	3.29 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.75 (มาก)	3.54 (มาก)	-	4.00 (มาก)
การลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.23 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.23 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
อื่นๆ	5.00 (มากที่สุด)	-	-	-	-	-
รวม	3.54 (มาก)	3.36 (น้อย)	3.89 (มาก)	3.92 (มาก)	-	3.14 (น้อย)

จากตารางที่ 57 พบว่าปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท/ลูกจ้างส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ และอื่นๆ ได้แก่ การลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง และมีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านวัตถุประสงค์และการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายที่ได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์และการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																													
	น้อยกว่า 5,000 บาท				5,001 - 10,000 บาท				10,001 - 15,000 บาท																					
	มากที่สุด	น้อย	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	น้อย	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	น้อย	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	น้อย	ไม่สำคัญ																		
การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ภายนอก	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ																		
การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ภายใน	12	6.00	42	21.00	58	29.00	10	5.00	14	7.00	6	3.00	17	8.50	15	7.50	2	1.00	11	5.50	-	-	5	2.50	1	0.50	-	-	2	1.00
การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร คำนวณตัวต่อหรืออินเตอร์เน็ต	16	8.00	37	18.50	56	28.00	13	6.50	14	7.00	4	2.00	2	1.00	19	9.50	6	3.00	8	4.00	-	-	5	2.50	-	-	1	0.50	2	1.00
การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	9	4.50	29	14.50	62	31.00	18	9.00	18	9.00	4	2.00	16	8.00	18	9.00	2	1.00	11	5.50	-	-	4	2.00	1	0.50	1	0.50	2	1.00
พนักงานแจ้งให้ทราบ	19	9.50	43	21.50	55	27.50	10	5.00	9	4.50	7	3.50	16	8.00	16	8.00	6	3.00	6	3.00	1	0.50	4	2.00	1	0.50	1	0.50	2	1.00
การลดราคาในบางช่วงเวลาหรือในบางโอกาส	58	29.00	64	32.00	9	4.50	4	2.00	1	0.50	23	11.50	20	10.00	5	2.50	3	1.50	-	-	4	2.00	3	1.50	1	0.50	1	0.50	-	-
การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง	57	28.50	60	30.00	13	6.50	3	1.50	3	1.50	23	11.50	19	9.50	6	3.00	3	1.50	-	-	4	2.00	4	2.00	-	-	-	-	-	-
มีการมีตัวรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	39	19.50	60	30.00	26	13.00	5	2.50	6	3.00	16	8.00	22	11.00	9	4.50	3	1.50	1	0.50	3	1.50	5	2.50	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	211	15.06	335	23.91	279	19.91	63	4.50	65	4.64	83	5.92	124	8.85	88	6.28	25	1.78	37	2.64	12	0.86	30	2.14	4	0.29	2	0.14	8	0.57

ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์และการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																				
	15,001 – 20,000 บาท				20,001 – 25,000 บาท				มากกว่า 25,000 บาท												
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด									
การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ไปถึงลิ	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-				
การโฆษณาในนิตยสาร วารสาร คำนคมพืชมอร์ หรืออินเตอร์เน็ต	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1.00	-	-	-	-				
การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50				
พนักงานแจ้งให้ทราบ	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	1				
การลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส	2	1.00	-	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	1				
การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง	2	1.00	-	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	1				
มีการเปิดรับสมัครเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	1	0.50	2	1.00	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	1				
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
รวม	5	0.36	4	0.29	4	0.29	-	8	0.57	-	-	4	0.29	1	0.07	3	0.21	1	0.07	5	0.36

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนทุกรายได้ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 20,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านวัตถุประสงค์และการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับ

อื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 20,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่นๆ



ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)					
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,000
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบบิล	3.21 (น้อย)	3.10 (น้อย)	3.13 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	-	3.50 (มาก)
การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร ด้านคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต	3.21 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	-	3.00 (น้อย)
การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	2.95 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.88 (น้อย)	1.67 (น้อยที่สุด)	-	1.50 (น้อยที่สุด)
พนักงานแจ้งให้ทราบ	3.39 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.25 (มาก)	1.67 (น้อยที่สุด)	-	3.00 (น้อย)
การลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส	4.28 (มาก)	4.24 (มาก)	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)	-	3.50 (มาก)
การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง	4.21 (มาก)	4.22 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	-	3.00 (น้อย)
มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.89 (มาก)	3.96 (มาก)	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)	-	3.00 (น้อย)
อื่นๆ	5.00 (มากที่สุด)	-	-	-	-	-
รวม	3.59 (มาก)	3.54 (มาก)	3.64 (มาก)	2.90 (น้อย)	-	2.86 (น้อย)

จากตารางที่ 59 พบว่าปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท และระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ได้แก่ การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ได้แก่ การลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง และมีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ได้แก่ การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบบิล และการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	ระดับความสำคัญ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง	27	13.50	55	27.50	75	37.50	12	6.00	31	15.50	3.18	น้อย	1
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	15	7.50	53	26.50	89	44.50	19	9.50	24	12.00	3.08	น้อย	2
การเปิดบริการมานาน	19	9.50	42	21.00	94	47.00	20	10.00	25	12.50	3.05	น้อย	3
ชื่อร้านง่าย	13	6.50	53	26.50	82	41.00	22	11.00	30	15.00	2.99	น้อย	4
เจ้าของร้านหรือผู้บริหารเป็นคนรู้จัก หรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	20	10.00	38	19.00	77	38.50	19	9.50	46	23.00	2.84	น้อย	5
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	94	9.40	241	24.10	417	41.70	92	9.20	156	15.60	3.03	น้อย	

จากตารางที่ 60 พบว่าปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 โดยในรายละเอียดของปัจจัยด้านสัญลักษณ์แต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อยทุกด้าน

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเพศ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	เพศ																				
	ชาย						หญิง														
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	ไม่สำคัญ									
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ								
ตราสินค้าเป็นส่วนใหญ่จากSPใหญ่ที่มีชื่อเสียง	13	6.50	28	14.00	33	16.50	5	2.50	11	5.50	14	7.00	27	13.50	42	21.00	7	3.50	20	10.00	
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	8	4.00	26	13.00	37	18.50	9	4.50	10	5.00	7	3.50	27	13.50	52	26.00	10	5.00	14	7.00	
การมีบริการมานาน	10	5.00	18	9.00	41	20.50	10	5.00	11	5.50	9	4.50	24	12.00	53	26.50	10	5.00	11	5.50	
ชื่อร้านง่าย	7	3.50	24	12.00	35	17.50	14	7.00	10	5.00	6	3.00	29	14.50	47	23.50	8	4.00	20	10.00	
เจ้าของร้านหรือผู้บริหารเป็นคนรู้จักหรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	9	4.50	19	9.50	30	15.00	12	6.00	20	10.00	11	5.50	19	9.50	47	23.50	7	3.50	26	13.00	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	47	4.70	115	11.50	176	17.60	50	5.00	62	6.20	47	4.70	126	12.60	241	24.10	42	4.20	91	9.10	

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อสินค้าที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญน้อย มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเพศ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง	3.30 (น้อย)	3.07 (น้อย)
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.14 (น้อย)	3.03 (น้อย)
การเปิดบริการมานาน	3.07 (น้อย)	3.04 (น้อย)
ซื้อร้านง่าย	3.04 (น้อย)	2.94 (น้อย)
เจ้าของร้านหรือผู้บริหารเป็นคนรู้จัก หรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	2.83 (น้อย)	2.84 (น้อย)
อื่นๆ	-	-
รวม	3.08 (น้อย)	2.98 (น้อย)

จากตารางที่ 62 พบว่าปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	อายุ(ปี)																																							
	ต่ำกว่า 18						18 - 30						31 - 40																											
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ																				
ตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จาก SME ไทยที่มีชื่อเสียง	7	3.50	8	4.00	5	2.50	1	0.50	5	2.50	18	9.00	45	22.50	69	34.50	11	5.50	26	13.00	2	1.00	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	2	1.00	7	3.50	10	5.00	3	1.50	4	2.00	11	5.50	44	22.00	78	39.00	16	8.00	20	10.00	2	1.00	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
การเปิดบริการมานาน	2	1.00	6	3.00	11	5.50	1	0.50	6	3.00	15	7.50	34	17.00	82	41.00	19	9.50	19	9.50	2	1.00	2	1.00	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
ชื่อร้านจำง่าย	2	1.00	10	5.00	7	3.50	2	1.00	5	2.50	9	4.50	42	21.00	74	37.00	19	9.50	25	12.50	2	1.00	2	1.00	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
เจ้าของร้านหรือผู้บริหารมีทัศนคติหรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	4	2.00	7	3.50	6	3.00	1	0.50	8	4.00	14	7.00	30	15.00	70	35.00	17	8.50	38	19.00	2	1.00	2	1.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวม	17	1.70	38	3.80	59	5.90	8	0.80	28	2.80	67	6.70	195	19.50	373	37.30	82	8.20	128	12.80	10	1.00	8	0.80	5	0.50	2	0.20	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยี่ห้ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในขณะที่ให้ความสำคัญน้อยมากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	อายุ (ปี)		
	ต่ำกว่า 18	18 - 30	31 - 40
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง	3.42 (น้อย)	3.11 (น้อย)	4.20 (มาก)
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.00 (น้อย)	3.06 (น้อย)	4.20 (มาก)
การเปิดบริการมานาน	2.88 (น้อย)	3.04 (น้อย)	4.20 (มาก)
ซื้อร้านง่าย	3.08 (น้อย)	2.95 (น้อย)	3.80 (มาก)
เจ้าของร้านหรือผู้บริหารเป็นคนรู้จัก หรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	2.92 (น้อย)	2.79 (น้อย)	3.80 (มาก)
อื่นๆ	-	-	-
รวม	3.06 (น้อย)	2.99 (น้อย)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 64 พบว่าปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี และ 18 - 30 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และการเปิดบริการมานาน มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสัญชาติของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยด้านสัญชาติ	อาชีพ																											
	พนักงานบริษัทเอกชน						ข้าราชการ																					
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ													
จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ														
ตราสินค้าเป็นแฟมไชน่าจากSPใหญ่ที่มีชื่อเสียง	24	12.00	42	21.00	70	35.00	12	6.00	29	24.50	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	3	1.50	1	0.50	-	-		
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	11	5.50	46	23.00	80	40.00	18	9.00	22	11.00	-	-	-	-	2	1.00	1	0.50	1	0.50	2	1.00	1	0.50	-	-		
การเปิดบริการมานาน	15	7.50	36	18.00	84	42.00	19	9.50	23	11.50	-	-	-	-	2	1.00	1	0.50	1	0.50	2	1.00	1	0.50	-	-		
ชื่อร้านง่าย	12	6.00	45	22.50	74	37.00	19	9.50	27	13.50	-	-	-	-	2	1.00	1	0.50	1	0.50	-	-	2	1.00	-	-		
เจ้าของร้านหรือผู้บริหารเป็นคนรู้จักหรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	17	8.50	31	15.50	70	35.00	16	8.00	43	21.50	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	1	0.50	2	1.00	1	0.50	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	79	7.90	200	20.00	378	37.80	84	8.40	144	14.40	-	-	2	0.20	10	1.00	3	0.30	5	0.50	5	0.50	7	0.70	6	0.60	-	-

ปัจจัยด้านสัญชาติ	อาชีพ																												
	พนักงานบริษัทเอกชน						เจ้าของกิจการ						อื่นๆ																
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	มากที่สุด	ไม่สำคัญ														
จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ															
ตราสินค้าเป็นแฟมไชน่าจากSPใหญ่ที่มีชื่อเสียง	3	1.50	8	4.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-	1	0.50		
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	-	-	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-	1	0.50		
การเปิดบริการมานาน	2	1.00	4	2.00	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-	1	0.50		
ชื่อร้านง่าย	-	-	6	3.00	4	2.00	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-	1	0.50		
เจ้าของร้านหรือผู้บริหารเป็นคนรู้จักหรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	2	1.00	4	2.00	4	2.00	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	1	0.50	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวม	7	0.70	23	2.30	17	1.70	4	0.40	3	0.30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	0.40	-	-	1	0.10	5	0.50

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และข้าราชการ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อด้านสติปัญญาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับน้อย มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดัปลำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่นๆ

Chiang Mai University

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท/ลูก จ้าง	เจ้าของกิจการ	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง	3.11 (น้อย)	2.75 (น้อย)	3.75 (มาก)	4.08 (มาก)	-	2.50 (น้อย)
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.03 (น้อย)	2.25 (น้อยที่สุด)	4.25 (มาก)	3.96 (มาก)	-	2.50 (น้อย)
การเปิดบริการมานาน	3.01 (น้อย)	2.25 (น้อยที่สุด)	4.25 (มาก)	3.62 (มาก)	-	2.50 (น้อย)
ชื่อร้านง่าย	2.98 (น้อย)	2.25 (น้อยที่สุด)	3.75 (มาก)	3.15 (น้อย)	-	2.50 (น้อย)
เจ้าของร้านหรือผู้บริหารเป็นคนรู้จัก หรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	2.79 (น้อย)	2.75 (น้อย)	4.00 (มาก)	2.50 (น้อย)	-	1.50 (น้อยที่สุด)
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รวม	2.98 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	4.00 (มาก)	3.57 (มาก)	-	2.30 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 66 พบว่าปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัท/ลูกจ้างส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ได้แก่ ด้านตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง และเจ้าของร้านหรือผู้บริหารเป็นคนรู้จัก หรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และการเปิดบริการมานาน มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ด้านตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก การเปิดบริการมานาน และชื่อร้านง่าย มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	น้อยกว่า 5,000 บาท				5,001 - 10,000 บาท				10,001 - 15,000 บาท			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่สำคัญ
ตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากSPใหญ่ที่มีชื่อเสียง	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	19	9.50	32	16.00	58	29.00	9	4.50	18	9.00	8	4.00
การเปิดบริการมานาน	9	4.50	35	17.50	64	32.00	15	7.50	13	6.50	4	2.00
ชื่อร้านง่าย	11	5.50	29	14.50	70	35.00	12	6.00	14	7.00	6	3.00
เจ้าของร้านหรือผู้บริหารเป็นคนรู้จักหรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	8	4.00	41	20.50	59	29.50	12	6.00	16	8.00	4	2.00
อื่นๆ	14	7.00	24	12.00	56	28.00	13	6.50	29	14.50	5	2.50
รวม	61	6.10	161	16.10	307	30.70	61	6.10	90	9.00	27	2.70

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	15,001 - 20,000 บาท				20,001 - 25,000 บาท				มากกว่า 25,000 บาท			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่สำคัญ
ตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากSPใหญ่ที่มีชื่อเสียง	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	-	-	1	0.50	-	-	-	-	2	1.00	-	-
การเปิดบริการมานาน	-	-	-	-	1	0.50	-	-	2	1.00	-	-
ชื่อร้านง่าย	-	-	-	-	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-
เจ้าของร้านหรือผู้บริหารเป็นคนรู้จักหรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	-	-	-	-	1	0.50	-	-	2	1.00	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	-	-	1	0.10	3	0.30	1	0.10	10	1.00	1	0.10

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 50,000 บาท และระหว่าง 50,001 – 10,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้าน  
ผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ต ในระดับสำคัญน้อย มากกว่าระดับอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากกว่าระดับอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท และ มากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)					
	น้อยกว่า 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	20,001-25,000	มากกว่า 25,000
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง	3.18 (น้อย)	3.22 (น้อย)	3.38 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	-	2.50 (น้อย)
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.09 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.75 (มาก)	1.67 (น้อยที่สุด)	-	2.00 (น้อยที่สุด)
การเปิดบริการมานาน	3.08 (น้อย)	3.02 (น้อย)	3.50 (มาก)	1.67 (น้อยที่สุด)	-	2.00 (น้อยที่สุด)
ชื่อร้านง่าย	3.10 (น้อย)	2.84 (น้อย)	3.13 (น้อย)	1.33 (ไม่สำคัญ)	-	1.00 (ไม่สำคัญ)
เจ้าของร้านหรือผู้บริหารเป็นคนรู้จัก หรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	2.86 (น้อย)	2.87 (น้อย)	3.13 (น้อย)	1.67 (น้อยที่สุด)	-	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รวม	3.06 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.38 (น้อย)	1.67 (น้อยที่สุด)	-	1.70 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 68 พบว่าปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยกเว้นระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ได้แก่ ด้านตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ได้แก่ ด้านร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 69 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง	136	68.00	57	28.50	6	3.00	1	0.50	-	-	4.64	มากที่สุด	1	
ราคาสมาชิก	79	39.50	75	37.50	34	17.00	6	3.00	6	3.00	4.08	มาก	3	
ราคาในการใช้บริการอุปกรณ์เสริมอื่น เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน	76	38.00	93	46.50	23	11.50	2	1.00	6	3.00	4.16	มาก	2	
ราคาของอาหาร และเครื่องดื่มภายในร้าน	37	18.50	49	24.50	62	31.00	20	10.00	32	16.00	3.20	น้อย	4	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	328	41.00	274	34.25	125	15.63	29	3.63	44	5.50	4.02	มาก		

จากตารางที่ 69 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 โดยในรายละเอียดของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการด้านการราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ด้านราคาสมาชิก และราคาในการใช้บริการอุปกรณ์เสริมอื่น เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนด้านราคาของอาหาร และเครื่องดื่มภายในร้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อย

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ตและเพจ

ปัจจัยด้านราคา	ราคา										เพจ									
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง	64	32.00	21	10.50	5	2.50	-	-	-	-	72	36.00	36	18.00	1	0.50	1	0.50	-	-
ราคาสมาชิก	32	16.00	38	19.00	14	7.00	2	1.00	4	2.00	47	23.50	37	18.50	20	10.00	4	2.00	2	1.00
ราคาในการใช้บริการอุปกรณ์เสริม เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน	33	16.50	43	21.50	10	5.00	1	0.50	3	1.50	43	21.50	50	25.00	13	6.50	1	0.50	3	1.50
ราคาของอาหาร และเครื่องดื่มภายในร้าน	15	7.50	23	11.50	31	15.50	8	4.00	13	6.50	22	11.00	26	13.00	31	15.50	12	6.00	19	9.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	144	18.00	125	15.63	60	7.50	11	1.38	20	2.50	184	23.00	149	18.63	65	8.13	18	2.25	24	3.00

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง	4.66 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
ราคาสมาชิก	4.02 (มาก)	4.12 (มาก)
ราคาในการใช้บริการอุปกรณ์เสริมอื่น เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)
ราคาของอาหาร และเครื่องดื่มภายในร้าน	3.21 (น้อย)	3.18 (น้อย)
อื่นๆ	-	-
รวม	4.01 (มาก)	4.03 (มาก)

จากตารางที่ 71 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ(ปี)												
	ต่ำกว่า 18				18 - 30				31 - 40				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	
ราคาเช่าต่อชั่วโมง	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
	20 10.00 6 3.00 - - - -	- - - -	- - - -	- - - -	113 56.50 49 24.50 6 3.00 1 0.50	67 33.50 62 31.00 29 14.50 5 2.50	6 3.00 1 0.50	- - - -	3 1.50 2 1.00	- - - -	- - - -	- - - -	
ราคาสมาชิก	9 4.50 12 6.00 5 2.50	- - - -	- - - -	- - - -	66 33.00 74 37.00 23 11.50 1 0.50	28 14.00 40 20.00 56 28.00 19 9.50	3 1.50 1 0.50	6 3.00 1 0.50	3 1.50 1 0.50	- - - -	- - - -	- - - -	
ราคาในการใช้บริการอุปกรณ์เสริมอื่น เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน	8 4.00 16 8.00 - - - -	- - - -	1 0.50	1 0.50	66 33.00 74 37.00 23 11.50 1 0.50	28 14.00 40 20.00 56 28.00 19 9.50	3 1.50 1 0.50	6 3.00 1 0.50	3 1.50 1 0.50	- - - -	- - - -	- - - -	
ราคาของอาหาร และเครื่องดื่มภายในร้าน	6 3.00 8 4.00 6 3.00 1 0.50	1 0.50	1 0.50	5 2.50	28 14.00 40 20.00 56 28.00 19 9.50	3 1.50 1 0.50	6 3.00 1 0.50	3 1.50 1 0.50	3 1.50 1 0.50	- - - -	- - - -	1 0.50	
อื่นๆ	- - - -	- - - -	- - - -	- - - -	- - - -	- - - -	- - - -	- - - -	- - - -	- - - -	- - - -	- - - -	- - - -
รวม	43 5.38 42 5.25 11 1.38 2 0.25	6 0.75	6 0.75	274 34.25 225 28.13 114 14.25 26 3.25	113 56.50 49 24.50 6 3.00 1 0.50	67 33.50 62 31.00 29 14.50 5 2.50	6 3.00 1 0.50	3 1.50 2 1.00	11 1.38 7 0.88	1 0.13	1 0.13	1 0.13	

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับที่สำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ



ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ (ปี)		
	ต่ำกว่า 18	18 - 30	31 - 40
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง	4.77 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
ราคาสมาชิก	4.15 (มาก)	4.06 (มาก)	4.20 (มาก)
ราคาในการใช้บริการอุปกรณ์เสริมอื่น เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน	4.12 (มาก)	4.15 (มาก)	4.40 (มาก)
ราคาของอาหาร และเครื่องดื่มภายในร้าน	3.35 (น้อย)	3.15 (น้อย)	4.00 (มาก)
อื่นๆ	-	-	-
รวม	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	4.30 (มาก)

จากตารางที่ 73 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ตและเออาร์พี

ปัจจัยด้านราคา	เออาร์พี												
	นักเรียน/นักศึกษา						ข้าราชการ						
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญ	
จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง	123	61.50	48	24.00	5	2.50	1	0.50	-	-	-	-	-
ราคาสมาชิก	70	35.00	66	33.00	32	16.00	4	2.00	5	2.50	1	0.50	
ราคาในการใช้บริการอุปกรณ์เสริมอื่น เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน	70	35.00	79	39.50	20	10.00	2	1.00	6	3.00	-	-	
ราคาของอาหาร และเครื่องดื่มภายในร้าน	31	15.50	40	20.00	59	29.50	17	8.50	30	15.00	1	0.50	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	294	56.75	233	29.13	116	14.50	24	3.00	41	5.13	3	0.38	

ปัจจัยด้านราคา	เออาร์พี											
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง						เจ้าของกิจการ					
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญ
จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง	8	4.00	4	2.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-
ราคาสมาชิก	6	3.00	5	2.50	1	0.50	1	0.50	-	-	-	1
ราคาในการใช้บริการอุปกรณ์เสริมอื่น เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน	4	2.00	7	3.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-
ราคาของอาหาร และเครื่องดื่มภายในร้าน	4	2.00	6	3.00	2	1.00	-	-	-	-	-	1
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	22	2.75	22	2.75	6	0.75	1	0.13	1	0.13	1	0.13

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ และอื่นๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

Chiang Mai University

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท/ลูก จ้าง	เจ้าของกิจ การ	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง	4.66 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	-	4.50 (มากที่สุด)
ราคาสมาชิก	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)	-	2.50 (น้อย)
ราคาในการใช้บริการอุปกรณ์เสริมอื่น เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน	4.16 (มาก)	3.75 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)	-	4.00 (มาก)
ราคาของอาหาร และเครื่องดื่มภายในร้าน	3.14 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.75 (มาก)	3.92 (มาก)	-	1.50 (น้อยที่สุด)
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รวม	4.01 (มาก)	3.88 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)	-	3.13 (น้อย)

จากตารางที่ 75 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านราคาค่าเช่าชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 76 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนที่มิชอบราคาที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																													
	น้อยกว่า 5,000 บาท				5,001 - 10,000 บาท				10,001 - 15,000 บาท																					
	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย																		
ราคาเช่าต่อชั่วโมง	94	47.00	38	19.00	3	1.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-								
ราคาสมาชิก	48	24.00	55	27.50	25	12.50	4	2.00	4	2.00	4	2.00	2	1.00	1	0.50	2	1.00	3	1.50	-	-	-							
ราคาในการใช้บริการอุปกรณ์เสริมเช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน	55	27.50	63	31.50	16	8.00	1	0.50	1	0.50	15	7.50	26	13.00	6	3.00	1	0.50	3	1.50	3	1.50	1	0.50						
ราคาของอาหาร และเครื่องดื่มภายในร้าน	24	12.00	30	15.00	47	23.50	14	7.00	21	10.50	11	5.50	13	6.50	15	7.50	4	2.00	8	4.00	1	0.50	4	2.00						
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
รวม	221	27.63	186	23.25	91	11.38	20	2.50	26	3.25	80	10.00	72	9.00	33	4.13	7	0.88	12	1.50	15	1.88	12	1.50	1	0.13	1	0.13	3	0.38

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																														
	15,001 - 20,000 บาท				20,001 - 25,000 บาท				มากกว่า 25,000 บาท																						
	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย																			
ราคาเช่าต่อชั่วโมง	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ราคาสมาชิก	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ราคาในการใช้บริการอุปกรณ์เสริมเช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน	2	1.00	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ราคาของอาหาร และเครื่องดื่มภายในร้าน	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	9	1.13	1	0.13	-	-	-	-	2	0.25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการด้านราคามากกว่าระดับอินเทอร์เน็ตในระดับที่สำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)					
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,000
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง	4.65 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	-	4.50 (มากที่สุด)
ราคาสมาชิก	4.02 (มาก)	4.12 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	-	3.00 (น้อย)
ราคาในการใช้บริการอุปกรณ์เสริมอื่น เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน	4.25 (มาก)	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	-	4.50 (มากที่สุด)
ราคาของอาหาร และเครื่องดื่มภายในร้าน	3.16 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.13 (น้อย)	3.33 (น้อย)	-	3.00 (น้อย)
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รวม	4.02 (มาก)	3.99 (มาก)	4.09 (มาก)	4.25 (มาก)	-	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 77 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านราคาค่าเช่าชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ได้แก่ ด้านราคาค่าเช่าชั่วโมง และราคาค่าสมาชิก มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ได้แก่ ด้านราคาค่าเช่าชั่วโมง และราคาค่าสมาชิก มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 78 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยอื่นๆ	ระดับความสำคัญ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่	84	42.00	93	46.50	18	9.00	3	1.50	2	1.00	4.27	มาก	2
เพื่อติดตามข่าวสาร	79	39.50	99	49.50	17	8.50	3	1.50	2	1.00	4.25	มาก	3
เพื่อความสนุกสนาน	71	35.50	99	49.50	27	13.50	3	1.50	-	-	4.19	มาก	4
เพื่อค้นหาข้อมูล	101	50.50	84	42.00	12	6.00	2	1.00	1	0.50	4.41	มาก	1
เพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นๆ	65	32.50	92	46.00	30	15.00	9	4.50	4	2.00	4.03	มาก	5
เพื่อหาเพื่อนใหม่ๆ	39	19.50	54	27.00	68	34.00	19	9.50	20	10.00	3.37	น้อย	6
มีความเชื่อที่ว่าทำให้ดูดี มีระดับ	21	10.50	36	18.00	55	27.50	28	14.00	60	30.00	2.65	น้อย	12
รู้สึกทันสมัย	26	13.00	58	29.00	53	26.50	27	13.50	36	18.00	3.06	น้อย	8
คนในครอบครัวสนับสนุน	24	12.00	52	26.00	56	28.00	25	12.50	43	21.50	2.95	น้อย	9
เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ	25	12.50	61	30.50	51	25.50	30	15.00	33	16.50	3.08	น้อย	7
เพื่อให้สามารถเข้ากับเพื่อนในกลุ่มได้	24	12.00	48	24.00	54	27.00	22	11.00	52	26.00	2.85	น้อย	10
เห็นอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยม จึงอยากจะเล่นบ้าง	18	9.00	46	23.00	52	26.00	25	12.50	59	29.50	2.70	น้อย	11
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	577	24.04	822	34.25	493	20.54	196	8.17	312	13.00	3.48	น้อย	

จากตารางที่ 78 พบว่าปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 โดยในรายละเอียดของปัจจัยอื่นๆแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ ด้านต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ เพื่อติดตามข่าวสาร เพื่อความสนุกสนาน เพื่อค้นหาข้อมูล และเพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนด้านเพื่อหาเพื่อนใหม่ๆ มีความเชื่อที่ว่าทำให้ดูดี มีระดับ รู้สึกทันสมัย คนในครอบครัวสนับสนุน เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ เพื่อให้สามารถเข้ากับเพื่อนในกลุ่มได้ และเห็นอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยม จึงอยากจะเล่นบ้าง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อย

ตารางที่ 79 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต และเพศ

	เพศ																						
	ชาย						หญิง																
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ต้องการเรียนรู้อะไรใหม่	36	18.00	42	21.00	9	4.50	1	0.50	2	1.00	48	24.00	51	25.50	9	4.50	2	1.00	-	-	-	-	
เพื่อติดตามข่าวสาร	34	17.00	40	20.00	13	6.50	1	0.50	2	1.00	45	22.50	59	29.50	4	2.00	2	1.00	-	-	-	-	
เพื่อความสนุกสนาน	36	18.00	41	20.50	12	6.00	1	0.50	-	-	35	17.50	58	29.00	15	7.50	2	1.00	-	-	-	-	
เพื่อต้องการหาข้อมูล	42	21.00	40	20.00	6	3.00	1	0.50	1	0.50	59	29.50	44	22.00	6	3.00	1	0.50	-	-	-	-	
เพื่อคิดต่อกับบุคคลอื่นๆ	30	15.00	41	20.50	15	7.50	2	1.00	2	1.00	35	17.50	51	25.50	15	7.50	7	3.50	2	1.00	2	1.00	
เพื่อหาเพื่อนใหม่	23	12.50	24	12.00	28	14.00	3	1.50	12	6.00	16	8.00	30	15.00	40	20.00	16	8.00	8	4.00	8	4.00	
มีความเชื่อที่ว่าทำให้รู้สึก มีระดับ	11	5.50	22	11.00	18	9.50	11	5.50	28	14.00	10	5.00	14	7.00	37	13.50	17	8.50	32	16.00	32	16.00	
รู้สึกทันสมัย	14	7.00	31	15.50	18	9.00	11	5.50	16	8.00	12	6.00	27	13.50	35	17.50	16	8.00	20	10.00	20	10.00	
คนในครอบครัวสนับสนุน	9	4.50	21	10.50	27	13.50	13	6.50	20	10.00	15	7.50	31	15.50	29	14.50	12	6.00	23	11.50	23	11.50	
เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ	10	5.00	27	13.50	20	10.00	15	7.50	18	9.00	15	7.50	34	17.00	31	15.50	15	7.50	15	7.50	15	7.50	
เพื่อให้สามารถเข้าถึงเพื่อนในกลุ่มได้	13	6.50	21	10.50	24	12.00	11	5.50	21	10.50	11	5.50	27	13.50	30	15.00	11	5.50	31	15.50	31	15.50	
เห็นอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยม จึงอยากจะได้บ้าง	11	5.50	17	8.50	26	13.00	9	4.50	27	13.50	7	3.50	29	14.50	26	13.00	16	8.00	32	16.00	32	16.00	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	269	11.21	367	15.29	216	9.00	79	3.29	149	6.21	308	12.83	455	18.96	277	11.54	117	4.88	163	6.79	163	6.79	

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ



ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเพศ

ปัจจัยอื่นๆ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่	4.21 (มาก)	4.32 (มาก)
เพื่อติดตามข่าวสาร	4.14 (มาก)	4.34 (มาก)
เพื่อความสนุกสนาน	4.24 (มาก)	4.15 (มาก)
เพื่อค้นหาข้อมูล	4.34 (มาก)	4.46 (มาก)
เพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นๆ	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)
เพื่อหาเพื่อนใหม่ๆ	3.48 (น้อย)	3.27 (น้อย)
มีความเชื่อที่ว่าทำให้ดูดี มีระดับ	2.74 (น้อย)	2.57 (น้อย)
รู้สึกทันสมัย	3.18 (น้อย)	2.95 (น้อย)
คนในครอบครัวสนับสนุน	2.84 (น้อย)	3.03 (น้อย)
เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ	2.96 (น้อย)	3.17 (น้อย)
เพื่อให้สามารถเข้ากับเพื่อนในกลุ่มได้	2.93 (น้อย)	2.78 (น้อย)
เห็นอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยม จึงอยากจะทำบ้าง	2.73 (น้อย)	2.66 (น้อย)
อื่นๆ	-	-
รวม	3.49 (น้อย)	3.48 (น้อย)

จากตารางที่ 80 พบว่าปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 81 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยอื่นๆ	ต่ำกว่า 18						18 - 30						31 - 40															
	มาก		น้อย		ไม่สำคัญ		มาก		น้อย		ไม่สำคัญ		มาก		น้อย		ไม่สำคัญ											
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ										
ต้องการเรียนเทคโนโลยีใหม่	11	5.50	12	6.00	3	1.50	-	-	-	-	70	35.00	79	39.50	15	7.50	3	1.50	2	1.00	3	1.50	2	1.00	-	-	-	-
เพื่อติดตามข่าวสาร	10	5.00	11	5.50	4	2.00	-	-	1	0.50	66	33.00	87	43.50	12	6.00	3	1.50	3	1.50	3	1.50	1	0.50	1	0.50	-	-
เพื่อความสนุกสนาน	13	6.50	12	6.00	1	0.50	-	-	-	-	56	28.00	85	42.50	25	12.50	3	1.50	-	-	2	1.00	2	1.00	1	0.50	-	-
เพื่อค้นหาข้อมูล	12	6.00	10	5.00	4	2.00	-	-	-	-	87	43.50	71	35.50	8	4.00	2	1.00	1	0.50	2	1.00	3	1.50	-	-	-	-
เพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นๆ	10	5.00	12	6.00	2	1.00	-	-	2	1.00	52	26.00	79	39.50	27	13.50	9	4.50	2	1.00	3	1.50	1	0.50	1	0.50	-	-
เพื่อหาเพื่อนใหม่ๆ	13	6.50	9	4.50	2	1.00	-	-	2	1.00	24	12.00	43	21.50	65	32.50	19	9.50	18	9.00	2	1.00	2	1.00	1	0.50	-	-
มีความเชื่อที่ว่าทำให้รู้สึกมีระดับ	8	4.00	5	2.50	6	3.00	3	1.50	4	2.00	13	6.50	27	13.50	48	24.00	25	12.50	56	28.00	-	-	4	2.00	1	0.50	-	-
รู้สึกทันสมัย	7	3.50	12	6.00	2	1.00	2	1.00	3	1.50	18	9.00	44	22.00	49	24.50	25	12.50	33	16.50	1	0.50	2	1.00	2	1.00	-	-
คนในครอบครัวควบคุม	2	1.00	12	6.00	7	3.50	1	0.50	4	2.00	20	10.00	38	19.00	48	24.00	24	12.00	39	19.50	2	1.00	2	1.00	1	0.50	-	-
เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ	5	2.50	10	5.00	3	1.50	4	2.00	4	2.00	19	9.50	49	24.50	46	23.00	26	13.00	29	14.50	1	0.50	2	1.00	2	1.00	-	-
เพื่อให้สามารถเข้าถึงเพื่อนในกลุ่มได้	6	3.00	10	5.00	5	2.50	3	1.50	2	1.00	18	9.00	36	18.00	46	23.00	19	9.50	50	25.00	-	-	2	1.00	3	1.50	-	-
เห็นอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยม จึงอยากทะเล่บ้าง	3	1.50	7	3.50	5	2.50	5	2.50	6	3.00	15	7.50	37	18.50	44	22.00	20	10.00	53	26.50	-	-	2	1.00	3	1.50	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	100	4.17	122	5.08	44	1.83	18	0.75	28	1.17	458	19.08	675	28.13	433	18.04	178	7.42	284	11.83	19	0.79	25	1.04	16	0.67	-	-

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านอื่นๆที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอายุ

ปัจจัยอื่นๆ	อายุ (ปี)		
	ต่ำกว่า 18	18 - 30	31 - 40
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
เพื่อติดตามข่าวสาร	4.12 (มาก)	4.27 (มาก)	4.40 (มาก)
เพื่อความสนุกสนาน	4.46 (มาก)	4.15 (มาก)	4.20 (มาก)
เพื่อค้นหาข้อมูล	4.31 (มาก)	4.43 (มาก)	4.40 (มาก)
เพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นๆ	4.08 (มาก)	4.01 (มาก)	4.40 (มาก)
เพื่อหาเพื่อนใหม่ๆ	4.19 (มาก)	3.21 (น้อย)	4.20 (มาก)
มีความเชื่อที่ว่าทำให้ดูดี มีระดับ	3.38 (น้อย)	2.50 (น้อย)	3.80 (มาก)
รู้สึกทันสมัย	3.69 (มาก)	2.93 (น้อย)	3.80 (มาก)
คนในครอบครัวสนับสนุน	3.27 (น้อย)	2.86 (น้อย)	4.20 (มาก)
เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ	3.31 (น้อย)	3.02 (น้อย)	3.80 (มาก)
เพื่อให้สามารถเข้ากับเพื่อนในกลุ่มได้	2.58 (น้อย)	2.72 (น้อย)	3.40 (น้อย)
เห็นอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยม จึงอยากจะเล่นบ้าง	2.85 (น้อย)	2.65 (น้อย)	3.40 (น้อย)
อื่นๆ	-	-	-
รวม	3.79 (มาก)	3.42 (น้อย)	4.05 (มาก)

จากตารางที่ 82 พบว่าปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านเพื่อความสนุกสนาน มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 - 30 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ มากกว่าด้านอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 83 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยอื่นๆ	นักเรียนนักศึกษา										ข้าราชการ										พนักงานรัฐวิสาหกิจ									
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่	74	37.00	80	40.00	18	9.00	3	1.50	2	1.00	1	0.50	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	3	1.50	-	-	-	-
เพื่อติดตามข่าวสาร	71	35.50	85	42.50	16	8.00	3	1.50	2	1.00	1	0.50	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	2	1.00	1	0.50	-	-
เพื่อความสนุกสนาน	65	32.50	90	45.00	19	9.50	3	1.50	-	-	-	-	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	2	1.00	1	0.50	-	-
เพื่อป้องกันหายนะ	90	45.00	73	36.50	11	5.50	2	1.00	1	0.50	1	0.50	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1.50	1	0.50	-	-	-	-
เพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นๆ	57	28.50	83	41.50	25	12.50	8	4.00	4	2.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	2	1.00	2	1.00	-	-	-	-
เพื่อนหาเพื่อนใหม่ๆ	35	17.50	47	23.50	58	29.00	18	9.00	19	9.50	-	-	-	-	2	1.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	2	1.00	-	-	-	-
มีความเชื่อที่ว่าทำให้รู้สึกมีระดับ	20	10.00	26	13.00	48	24.00	26	13.00	57	28.50	-	-	-	-	2	1.00	-	-	-	-	-	-	1	0.50	1	0.50	2	1.00	-	-
รู้สึกทันสมัย	20	10.00	51	25.50	46	23.00	27	13.50	33	16.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	2	1.00	1	0.50	-	-
คนในครอบครัวสนับสนุน	18	9.00	44	22.00	51	25.50	24	12.00	40	20.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	2	1.00	1	0.50	2	1.00	1	0.50
เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ	20	10.00	54	27.00	43	21.50	29	14.50	31	15.50	-	-	-	-	3	1.50	-	-	-	-	-	-	3	1.50	1	0.50	-	-	-	-
เพื่อให้สามารถเข้าถึงเพื่อนในกลุ่มได้	19	9.50	40	20.00	48	24.00	21	10.50	49	24.50	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	2	1.00	2	1.00	-	-	-	-
ร้านอินเทอร์เน็ตที่เข้าถึงง่ายมีน้อย จึงอยากจะได้มันบ้าง	15	7.50	38	19.00	44	22.00	25	12.50	55	27.50	-	-	-	-	3	1.50	-	-	-	-	-	-	2	1.00	1	0.50	1	0.50	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	504	21.00	711	29.63	427	17.79	189	7.88	293	12.21	6	0.25	16	0.67	17	0.71	2	0.08	7	0.29	20	0.83	21	0.88	7	0.29	-	-	-	-

ปัจจัยอื่นๆ	อาชีพ																							
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง						เจ้าของกิจการ																	
	มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	น้อย	จำนวน	ร้อยละ	มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	น้อย	จำนวน	ร้อยละ												
ต้องการเรียนรู้อีก โนโลยีใหม่	6	3.00	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-						
เพื่อติดตามข่าวสาร	5	2.50	8	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-						
เพื่อความสนุกสนาน	4	2.00	6	3.00	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-						
เพื่อต้องการหาข้อมูล	5	2.50	7	3.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-						
เพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นๆ	4	2.00	6	3.00	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-						
เพื่อหาเพื่อนใหม่ๆ	2	1.00	4	2.00	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-						
มีความเชื่อที่ว่าทำให้คู่ชีวิต มีระดับ	-	-	8	4.00	3	1.50	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-						
รู้สึกทันสมัย	4	2.00	4	2.00	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	1						
คนในครอบครัวสนับสนุน	2	1.00	6	3.00	3	1.50	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	-	1						
เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ	2	1.00	6	3.00	5	2.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1						
เพื่อให้สามารถเจอกับเพื่อนในอุดมคติ	3	1.50	4	2.00	5	2.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1						
เห็นอินเตอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยม จึงอยากจะได้มันบ้าง	1	0.50	7	3.50	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1						
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2						
รวม	38	1.58	72	3.04	38	1.58	2	0.08	5	0.21	-	-	-	-	9	0.38	1	0.04	4	0.17	3	0.13	7	0.29

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพยกเว้นอาชีพอื่นๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการใช้จ่ายอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและอาชีพ

ปัจจัยอื่นๆ	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท/ลูก จ้าง	เจ้าของกิจ การ	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.46 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
เพื่อติดตามข่าวสาร	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	3.75 (มาก)	4.38 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
เพื่อความสนุกสนาน	4.23 (มาก)	3.25 (น้อย)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	-	4.00 (มาก)
เพื่อค้นหาข้อมูล	4.41 (มาก)	4.25 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
เพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นๆ	4.02 (มาก)	3.50 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)	-	4.00 (มาก)
เพื่อหาเพื่อนใหม่ๆ	3.34 (น้อย)	2.25 (น้อยที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	3.62 (มาก)	-	3.50 (มาก)
มีความเชื่อว่าทำให้คู่มือ มีระดับ	2.58 (น้อย)	2.75 (น้อย)	3.75 (มาก)	3.38 (น้อย)	-	1.50 (น้อยที่สุด)
รู้สึกทันสมัย	2.99 (น้อย)	3.25 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)	-	2.00 (น้อยที่สุด)
คนในครอบครัวสวับสนทน	2.86 (น้อย)	3.25 (น้อย)	4.25 (มาก)	3.54 (มาก)	-	3.00 (น้อย)
เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ	3.02 (น้อย)	2.50 (น้อย)	4.75 (มากที่สุด)	3.77 (มาก)	-	1.50 (น้อยที่สุด)
เพื่อให้สามารถเข้ากับเพื่อนในกลุ่มได้	2.77 (น้อย)	3.00 (น้อย)	4.50 (มากที่สุด)	3.62 (มาก)	-	1.50 (น้อยที่สุด)
เห็นอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยม จึงอยากจะได้บ้าง	2.62 (น้อย)	2.50 (น้อย)	4.25 (มาก)	3.54 (มาก)	-	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รวม	3.44 (น้อย)	3.25 (น้อย)	4.27 (มาก)	3.88 (มาก)	-	3.08 (น้อย)

จากตารางที่ 84 พบว่าปัจจัยด้านอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ได้แก่ ด้านต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ เพื่อติดตามข่าวสารและเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ ด้านเพื่อค้นหาข้อมูล และเพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง ได้แก่ ด้านต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ด้านต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ เพื่อติดตามข่าวสาร และเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ



ตารางที่ 85 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยอื่นๆ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	น้อยกว่า 5,000 บาท				5,001 - 10,000 บาท				10,001 - 15,000 บาท			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
ต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่	จำนวน 56 ร้อยละ 28.00	จำนวน 63 ร้อยละ 31.50	จำนวน 13 ร้อยละ 6.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 23 ร้อยละ 11.50	จำนวน 23 ร้อยละ 11.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -
เพื่อติดตามข่าวสาร	จำนวน 49 ร้อยละ 24.50	จำนวน 72 ร้อยละ 36.00	จำนวน 11 ร้อยละ 5.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 24 ร้อยละ 12.00	จำนวน 21 ร้อยละ 10.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน - ร้อยละ -
เพื่อความสนุกสนาน	จำนวน 45 ร้อยละ 22.50	จำนวน 72 ร้อยละ 36.00	จำนวน 17 ร้อยละ 8.50	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 21 ร้อยละ 10.50	จำนวน 21 ร้อยละ 10.50	จำนวน 8 ร้อยละ 4.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 6 ร้อยละ 3.00	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -
เพื่อค้นหาข้อมูล	จำนวน 67 ร้อยละ 33.50	จำนวน 58 ร้อยละ 29.00	จำนวน 8 ร้อยละ 4.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 25 ร้อยละ 12.50	จำนวน 22 ร้อยละ 11.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 6 ร้อยละ 3.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -
เพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นๆ	จำนวน 44 ร้อยละ 22.00	จำนวน 68 ร้อยละ 34.00	จำนวน 19 ร้อยละ 9.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 17 ร้อยละ 8.50	จำนวน 19 ร้อยละ 9.50	จำนวน 8 ร้อยละ 4.00	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน - ร้อยละ -
เพื่อนหาเพื่อนใหม่	จำนวน 27 ร้อยละ 13.50	จำนวน 37 ร้อยละ 18.50	จำนวน 52 ร้อยละ 26.00	จำนวน 10 ร้อยละ 5.00	จำนวน 10 ร้อยละ 5.00	จำนวน 13 ร้อยละ 6.50	จำนวน 11 ร้อยละ 5.50	จำนวน 9 ร้อยละ 4.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
มีความเชื่อที่ว่าทำให้ดูดี มีระดับ	จำนวน 15 ร้อยละ 7.50	จำนวน 18 ร้อยละ 9.00	จำนวน 38 ร้อยละ 19.00	จำนวน 25 ร้อยละ 12.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 14 ร้อยละ 7.00	จำนวน 14 ร้อยละ 7.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน - ร้อยละ -
รู้สึกทันสมัย	จำนวน 18 ร้อยละ 9.00	จำนวน 40 ร้อยละ 20.00	จำนวน 35 ร้อยละ 17.50	จำนวน 23 ร้อยละ 11.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 13 ร้อยละ 6.50	จำนวน 18 ร้อยละ 9.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
คนในครอบครัวสนับสนุน	จำนวน 14 ร้อยละ 7.00	จำนวน 34 ร้อยละ 17.00	จำนวน 39 ร้อยละ 19.50	จำนวน 21 ร้อยละ 10.50	จำนวน 6 ร้อยละ 3.00	จำนวน 15 ร้อยละ 7.50	จำนวน 15 ร้อยละ 7.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00
เพื่อนหรือคนรู้จักใช้บริการ	จำนวน 16 ร้อยละ 8.00	จำนวน 43 ร้อยละ 21.50	จำนวน 36 ร้อยละ 18.00	จำนวน 21 ร้อยละ 10.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 13 ร้อยละ 6.50	จำนวน 15 ร้อยละ 7.50	จำนวน 8 ร้อยละ 4.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
เพื่อให้สามารถเข้าถึงเพื่อนในกลุ่มได้	จำนวน 16 ร้อยละ 8.00	จำนวน 32 ร้อยละ 16.00	จำนวน 38 ร้อยละ 19.00	จำนวน 18 ร้อยละ 9.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 12 ร้อยละ 6.00	จำนวน 15 ร้อยละ 7.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00
เห็นอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยม จึงอยากจะสามารถเข้าถึง	จำนวน 11 ร้อยละ 5.50	จำนวน 31 ร้อยละ 15.50	จำนวน 33 ร้อยละ 16.50	จำนวน 20 ร้อยละ 10.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 12 ร้อยละ 6.00	จำนวน 16 ร้อยละ 8.00	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน - ร้อยละ -
อื่นๆ	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -	จำนวน - ร้อยละ -
รวม	จำนวน 378 ร้อยละ 15.75	จำนวน 568 ร้อยละ 25.67	จำนวน 339 ร้อยละ 14.13	จำนวน 150 ร้อยละ 6.25	จำนวน 148 ร้อยละ 6.17	จำนวน 198 ร้อยละ 8.25	จำนวน 133 ร้อยละ 5.54	จำนวน 43 ร้อยละ 1.79	จำนวน 90 ร้อยละ 3.75	จำนวน 35 ร้อยละ 1.46	จำนวน 8 ร้อยละ 0.33	จำนวน 2 ร้อยละ 0.08
												จำนวน 11 ร้อยละ 0.46

ปัจจัยอื่นๆ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																					
	15,001 – 20,000 บาท				20,001 – 25,000 บาท				มากกว่า 25,000 บาท													
	มากที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ										
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ									
ต้องการมีสุขภาพในวัยหนุ่ม	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-					
เพื่อคิดค่านางสาวสาร	1	0.50	2	1.00	-	-	-	-	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-					
เพื่อความสนุกสนาน	2	1.00	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	-					
เพื่อต้องการหาข้อมูล	1	0.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1.00	-	-	-					
เพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นๆ	-	-	1	0.50	1	0.50	-	1	0.50	-	-	-	-	-	1	0.50	-					
เพื่อหาเพื่อนใหม่ๆ	-	-	1	0.50	1	0.50	-	1	0.50	-	-	-	-	-	2	1.00	-					
มีความเชื่อที่ว่าทำให้คู่ดี มีระดับ	-	-	1	0.50	1	0.50	-	1	0.50	-	-	-	-	-	1	0.50	-					
รู้สึกทันสมัย	-	-	1	0.50	-	-	1	0.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	1	0.50				
คนในครอบครัวเข้มแข็ง	-	-	1	0.50	1	0.50	-	1	0.50	-	-	-	-	-	1	0.50	-	1	0.50			
เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ	-	-	2	1.00	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	1	0.50	-	1	0.50			
เพื่อให้สามารถเข้าถึงเพื่อนในกลุ่มได้	-	-	2	1.00	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50			
เห็นอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยม จึงอยากเล่นบ้าง	-	-	1	0.50	1	0.50	-	1	0.50	-	-	-	-	-	1	0.50	-	1	0.50			
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
รวม	6	0.25	15	0.63	6	0.25	1	0.04	8	0.33	-	-	5	0.21	6	0.25	7	0.29	0	0.00	6	0.25

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยกเว้นที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญน้อยมากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยอื่นๆ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)					
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,000
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่	4.24 (มาก)	4.33 (มาก)	4.38 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	-	3.50 (มาก)
เพื่อติดตามข่าวสาร	4.21 (มาก)	4.33 (มาก)	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
เพื่อความสนุกสนาน	4.18 (มาก)	4.22 (มาก)	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)	-	4.00 (มาก)
เพื่อค้นหาข้อมูล	4.38 (มาก)	4.41 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	-	5.00 (มากที่สุด)
เพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นๆ	4.10 (มาก)	3.86 (มาก)	4.38 (มาก)	2.67 (น้อย)	-	3.50 (มาก)
เพื่อหาเพื่อนใหม่ๆ	3.45 (น้อย)	3.16 (น้อย)	3.63 (มาก)	2.67 (น้อย)	-	3.00 (น้อย)
มีความเชื่อที่ว่าทำให้ดูดี มีระดับ	2.58 (น้อย)	2.75 (น้อย)	3.25 (น้อย)	2.67 (น้อย)	-	2.50 (น้อย)
รู้สึกทันสมัย	3.10 (น้อย)	2.90 (น้อย)	3.75 (มาก)	2.33 (น้อยที่สุด)	-	2.50 (น้อย)
คนในครอบครัวสนับสนุน	2.89 (น้อย)	3.02 (น้อย)	3.63 (มาก)	2.67 (น้อย)	-	2.50 (น้อย)
เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ	3.10 (น้อย)	2.90 (น้อย)	3.88 (มาก)	3.00 (น้อย)	-	2.50 (น้อย)
เพื่อให้สามารถเข้ากับเพื่อนในกลุ่มได้	2.87 (น้อย)	2.69 (น้อย)	3.75 (มาก)	3.00 (น้อย)	-	2.00 (น้อยที่สุด)
เห็นอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยม จึงอยากจะได้บ้าง	2.64 (น้อย)	2.75 (น้อย)	3.50 (มาก)	2.67 (น้อย)	-	2.00 (น้อยที่สุด)
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รวม	3.48 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.95 (มาก)	3.28 (น้อย)	-	3.17 (น้อย)

จากตารางที่ 86 พบว่าปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 5,000 บาท และระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท และระหว่าง 15,000 - 20,000 บาท ได้แก่ ด้านเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ได้แก่ ด้านเพื่อติดตามข่าวสาร และเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University