

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้พัฒนาคุณภาพของบริการ ตลอดจนวางแผนการตลาดของร้านอินเทอร์เน็ตอย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตชาวไทยที่กำลังใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับกลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตชาวไทยที่กำลังใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตจาก 4 กลุ่มสถานที่ คือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ บริเวณสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ บริเวณมหาวิทยาลัยพายัพ และบริเวณอื่นๆในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ บริเวณละ 50 ราย รวมทั้งหมดจำนวน 200 ราย และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC+ โดยค่าสถิติที่ใช้คือ ร้อยละ ความถี่ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.00 และเพศชาย ร้อยละ 45.00 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 18 - 30 ปี ร้อยละ 84.50 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 96.00 มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 88.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 68.00 และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 76.00

##### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประสบการณ์การเล่นอินเทอร์เน็ต ระหว่าง 1 ปี - 3 ปี ร้อยละ 54.50 ส่วนมากใช้อินเทอร์เน็ตจากโรงเรียน/มหาวิทยาลัย ร้อยละ 39.50 และจากร้านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 38.00 จำนวนชั่วโมงในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยต่อครั้ง 1 - 2 ชั่วโมง ร้อยละ 50.50 จำนวนครั้งการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เฉลี่ย 2 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 37.00 และเฉลี่ยน้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 26.00 วันที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตส่วนมากไม่แน่นอน ร้อยละ 57.00 ช่วงเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตส่วนมากไม่แน่นอนเช่นกัน ร้อยละ 42.00 โดยช่วงระหว่าง 16:01-20:00 น. ร้อยละ 21.50 และช่วงระหว่าง 20:01-24:00 น. ร้อยละ

21.00 ส่วนวัสดุประสงค์ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เพื่อบันทึกลงและสันทนการเป็นส่วนมาก ร้อยละ 42.00 และประเภทของการใช้บริการบนอินเทอร์เน็ต ส่วนมากใช้บริการ WWW ร้อยละ 64.50

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการ และปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ในรายละเอียดพบปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสัญลักษณ์ พบผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี และ 18 - 30 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ มากกว่าด้านอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 - 40 ปี ได้แก่ ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และ อื่นๆ ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ มากกว่าด้านอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,001-10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ มากกว่าด้านอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านราคา มากกว่าด้านอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล และ

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ มากกว่าด้านอื่นๆ

#### - ปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ในรายละเอียดของแต่ละด้าน ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี และอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 - 30 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านได้แก่ ด้านสถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆมากกว่าด้านอื่นๆ อาชีพข้าราชการ ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการคมนาคมสะดวก มากกว่าด้านอื่นๆ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ ได้แก่ ได้แก่ ด้านสถานที่สะอาด สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน และการคมนาคมสะดวก มากกว่าด้านอื่นๆ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย มากกว่าด้านอื่นๆ อาชีพอื่นๆส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย สถานที่สะอาด และห้องน้ำสะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย สถานที่สะอาด สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน และการคมนาคมสะดวก มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสถานที่จอดรถสะดวก ปอดกภัย และพอเพียง สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน และการคมนาคมสะดวก มากกว่าด้านอื่นๆ

### - ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ในรายละเอียดของแต่ละด้าน ปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้ มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี และอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ เวลาที่ผู้ให้บริการมีปัญหาเรื่องคอมพิวเตอร์หรือปัญหาการใช้โปรแกรม มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนอายุ 18 - 30 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ มากกว่าด้านอื่นๆ อาชีพอื่นๆส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการเรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ พนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ให้บริการมีปัญหาเรื่องคอมพิวเตอร์หรือการใช้โปรแกรม มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการเรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ให้บริการมีปัญหาเรื่องคอมพิวเตอร์หรือการใช้โปรแกรม และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานซื้อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ

- ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ในรายละเอียดของแต่ละด้าน ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี และ 18 – 30 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ครบครัน และจอ Monitor มีขนาดใหญ่ และคมชัด มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มากกว่าด้านอื่นๆ อาชีพข้าราชการ ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการหลายเครื่อง และอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ครบครัน มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว เครื่องคอมพิวเตอร์ทันสมัย และมีข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 5,000 บาท ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000 - 20,000 บาท ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มี Application ด้านอื่นๆ เช่น Game, Word processor ให้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ได้แก่ ด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มี Application ด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานครบครันและหลากหลาย เช่น IE, Netscape, ICQ, Pirch, Win Amp มากกว่าด้านอื่นๆ

- ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ในรายละเอียดของแต่ละด้าน ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี และอายุ 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส มากกว่าด้านอื่นๆ อายุ 18 - 30 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส และการมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส มากกว่าด้านอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ และอื่นๆ ได้แก่ การลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง และมีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท และระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ได้แก่ การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ได้แก่ การลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง และมีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ได้แก่ การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบปลิว และการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส มากกว่าด้านอื่นๆ

#### - ปัจจัยด้านสัญลักษณ์

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญน้อย ในรายละเอียดของแต่ละด้าน ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี และ 18 – 30 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และการเปิดบริการมานาน มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัท/ลูกจ้างส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง มากกว่าด้านอื่นๆ อาชีพข้าราชการ ได้แก่ ด้านตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง และเจ้าของร้านหรือผู้บริหารเป็นคนรู้จัก หรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง มากกว่าด้านอื่นๆ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และการเปิดบริการมานาน มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ด้านตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก การเปิดบริการมานาน และชื่อร้านง่าย มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยกเว้นระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ได้แก่ ด้านตราสินค้าเป็น แฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ได้แก่ ด้านร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มากกว่าด้านอื่นๆ

#### - ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ในรายละเอียดของแต่ละด้าน ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านราคาค่าเช่าชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ได้แก่ ด้านราคาค่าเช่าชั่วโมง และราคาค่าสมาชิก มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ได้แก่ ด้านราคาค่าเช่าชั่วโมง และราคาค่าสมาชิก มากกว่าด้านอื่นๆ

#### - ปัจจัยภายในและภายนอกอื่นๆ

ปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญน้อย ในรายละเอียดของแต่ละด้าน ปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านเพื่อความสนุกสนาน มากกว่าด้านอื่นๆ อายุ 18 - 30 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ อาชีพข้าราชการ ได้แก่ ด้านต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ เพื่อติดตามข่าวสารและเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ ด้านเพื่อค้นหาข้อมูล และเพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ มากกว่าด้านอื่นๆ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง ได้แก่ ด้านต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ด้านต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ เพื่อติดตามข่าวสาร และเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 5,000 บาท และระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท และระหว่าง 15,000 - 20,000 บาท ได้แก่ ด้านเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ได้แก่ ด้านเพื่อติดตามข่าวสาร และเพื่อค้นหาข้อมูล มากกว่าด้านอื่นๆ

### อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ได้ใช้ โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) หรือ S – R Theory และแนวคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ จากการเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่ได้ ดังนี้

#### โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) หรือ S – R Theory

เกิดจากสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายในและจากภายนอกร่างกาย ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์หรือบริการ สิ่งกระตุ้นจากภายนอก ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

##### สิ่งกระตุ้นทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix Stimulus)

พบว่าสิ่งกระตุ้นทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต มีผลทุกปัจจัยโดยเรียงตามลำดับดังนี้ เครื่องมือ ราคา สถานที่ บุคคล วัสดุสื่อสาร และสัญลักษณ์



เนื่องจากบริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ใช้บริการต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากการบริการที่จะได้รับ ผู้ให้บริการต้องสร้างความเชื่อมั่น โดยจะต้องพยายามหาหลักประกันให้ผู้ใช้บริการสามารถทำการตัดสินใจได้เร็วขึ้น ได้แก่

**เครื่องมือ (Equipment)** อุปกรณ์เครื่องมือที่ให้บริการจะต้องทันสมัย มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าพอใจ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยเฉพาะด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการมากเป็นอันดับแรก

**ราคา (Price)** การกำหนดราคาการให้บริการ ควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเฉพาะด้านราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการมากเป็นอันดับแรก

**สถานที่ (Place)** ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้มาใช้บริการ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเฉพาะด้านสถานที่สะอาด มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการมากเป็นอันดับแรก

**บุคคล (People)** พนักงานที่ให้บริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคคลและการบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเฉพาะด้านพนักงานชื่อตรง ไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการมากเป็นอันดับแรก

**วัสดุสื่อสาร (Communication Material)** สื่อโฆษณาและการส่งเสริมการขายต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญน้อย โดยด้านการส่งเสริมการขาย ด้วยการลดราคาในบางช่วงเวลาของวัน หรือในบางโอกาส มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการมากเป็นอันดับแรก

**สัญลักษณ์ (Symbols)** ก็คือชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้ให้บริการเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญน้อย โดยด้านตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จากISPใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการมากเป็นอันดับแรก

### สิ่งกระตุ้นภายในและภายนอกอื่นๆ

ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่ผู้ให้บริการไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี วัฒนธรรม และจิตวิทยา จากการศึกษาพบว่าปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญน้อย

### ลักษณะของผู้บริโภค (Buyer Characteristics)

ลักษณะของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. **ปัจจัยทางสังคม** ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล จากการศึกษาพบว่าปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการ ได้แก่ ด้านเพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนการที่มาใช้บริการร่วมกับเพื่อน คนในครอบครัวสนับสนุน และเพื่อให้สามารถเข้ากับเพื่อนในกลุ่มได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อย

2. **ปัจจัยส่วนบุคคล** การตัดสินใจซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ จากการศึกษาพบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการทุกด้าน ยกเว้นปัจจัยด้านสถานที่ ที่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศมีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการทุกด้าน ยกเว้นปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการไม่แตกต่างกันตามอายุ

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการทุกด้าน ยกเว้นปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการทุกด้าน

3. **ปัจจัยทางจิตวิทยา** การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากกระบวนการจิตวิทยา ได้แก่ การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ บุคลิกภาพ และแนวความคิดของตน จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการ ได้แก่ เองความเชื่อที่ว่าจะทำให้ดูดี มีระดับและทันสมัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อย

## คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสม อันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า จากการศึกษาพบว่าสถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน หรือที่ทำงานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย จากการศึกษาพบว่าการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และพนักงานแจ้งให้ทราบ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย

3. ความสามารถ (Competence) สำนักงานที่ให้บริการต้องมีบุคลากรที่มีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน จากการศึกษาพบว่าการที่พนักงานมีความรู้ความชำนาญสามารถแนะนำ แก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก

4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจารณ์เฉลน จากการศึกษาพบว่าความสุภาพ พุดจาดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) สำนักงานที่ให้บริการต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า จากการศึกษาพบว่าการให้ความเชื่อมั่นต่อตราสินค้าที่เป็นแฟรนไชส์จาก ISP หรือร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย

6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความถูกต้องและสม่ำเสมอ จากการศึกษาพบว่าการที่พนักงานซื่อตรง ไม่เอาเปรียบจำนวนชั่วโมงของผู้ใช้บริการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับสำคัญมากที่สุด

7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) บุคลากรที่ให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ จากการศึกษาพบว่าการที่พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้กับผู้มาใช้บริการได้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก

8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ จากการศึกษาพบว่าความปลอดภัยของสถานที่จอดรถ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) สามารถทำให้ลูกค้าเข้าใจและรู้จักบริการนั้นเพื่อทำให้คาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้ จากการศึกษาพบว่าการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) พนักงานที่ให้บริการต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว จากการศึกษาพบว่าพนักงานสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก

#### ข้อค้นพบ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

ผู้ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป มาใช้บริการน้อยมาก และอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไปไม่พบมาใช้บริการ ส่วนอาชีพที่ไม่พบมาใช้บริการเลยคือเจ้าของกิจการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจก็พบน้อย เพียงร้อยละ 4.00 และผู้ที่มาใช้บริการซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท พบได้น้อยเช่นกัน เพียงร้อยละ 6.50

พฤติกรรมกรมการมาใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตพบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการไม่เกิน 3 ชั่วโมงต่อครั้ง และไม่เกิน 4 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยผู้ที่มาใช้บริการ ในช่วงหลัง 24:00 น. และก่อน 12:00 น มีน้อยมากๆ เพียงร้อยละ 3.00

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ต่อปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสัญลักษณ์

ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการมีอาหาร และเครื่องดื่มให้บริการ โดยเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน โดยเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการตกแต่งร้านทันสมัย และการเปิดดนตรีให้ฟังภายในร้าน โดยเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และพนักงานแจ้งให้ทราบ โดยเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการที่ร้านมีตราสินค้าเป็นแฟรนไชส์จาก ISP ใหญ่ การที่ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก การเปิดบริการมานาน ชื่อร้านง่าย และเจ้าของร้านหรือผู้บริหารเป็นคนรู้จัก หรือเป็นบุคคลมีชื่อเสียง โดยเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย

ปัจจัยภายในและภายนอกอื่นๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยเช่นกัน

#### ข้อเสนอแนะ

ร้านอินเทอร์เน็ตเป็นการบริการที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากผู้ใช้บริการ เนื่องจากผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ควรมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี และเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าหลัก เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และเป็นการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อที่จะได้ลูกค้าเพิ่ม ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ และสนใจต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตอย่างมาก โดยเฉพาะปัจจัยที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญหลักๆ นั้นคือ ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านบุคคล ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการรับฟังเพื่อปรับปรุง แก้ไข เพื่อให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไป จากผลของการศึกษาสามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตได้ดังต่อไปนี้

ด้านเครื่องมือและบริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมากในทุกๆด้าน โดยด้านที่ผู้ประกอบการจะต้องเน้น ดังนี้

- ความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ในช่วงที่มีผู้ให้บริการมากๆ ในกรณีที่ผู้ประกอบการใช้การ dial โมเด็มเข้าหา ISP ผู้ประกอบการอาจพิจารณา dial โมเด็มเพิ่มขนานไปอีกตัวหนึ่ง ถ้าพบว่า traffic ของผู้มาใช้บริการเริ่มคับคั่ง

- ความทันสมัยของทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ จะมีผลต่อการใช้งาน Application ยิ่งเป็น Application ใหม่ๆ โดยเฉพาะซอฟต์แวร์ของ Microsoft ยิ่งต้องการทรัพยากรของเครื่องคอมพิวเตอร์มาก หากสเปคของเครื่องคอมพิวเตอร์ไม่ทันสมัยอาจทำให้ Application ทำงานช้ากว่าที่ควรจะเป็น

- อุปกรณ์ประกอบต้องครบครันและมีคุณภาพดี เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อผสมทั้งภาพและเสียง ถ้าโพงหรือหูฟังจึงเป็นสิ่งจำเป็น และจอภาพก็ควรมีขนาดใหญ่เพื่อแสดงผลทางด้าน Graphic ได้ละเอียด

- Application ที่ลงในเครื่องต้องหลากหลายและทันสมัย เนื่องจาก Application ที่ใช้งานด้านอินเทอร์เน็ตมีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากหลายค่าย ผู้ประกอบการต้องติดตาม update Application ให้ทันสมัยโดยเฉพาะ Application ที่คนส่วนมากนิยมใช้ เพื่อไม่ให้มีปัญหาในกรณีผู้มาใช้บริการต้องการใช้งานบาง Application แต่ไม่สามารถใช้งานได้ และ Application ด้านอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต เช่น เกมส์ และ Word Processor ก็เป็นสิ่งที่ผู้มา

ใช้บริการร้านนิยมใช้กัน ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องจัดหา โดยเฉพาะเกมส์ซึ่งจะมีความนิยมเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ผู้ประกอบการจะต้องสนใจด้วยว่าเกมส์ใหม่ๆที่ออกมาและกำลังเป็นที่นิยมคือเกมส์ใด

**ด้านราคา** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก ใน โดยเฉพาะด้านราคาค่าเช่าต่อชั่วโมงที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งผู้ให้บริการมักจะเลือกร้านที่มีราคาค่าเช่าถูกที่สุดก่อนเป็นอันดับแรกก่อนที่จะเข้าลองใช้บริการของร้าน ดังนั้นราคาจึงต้องอยู่ในระดับที่แข่งขันกับร้านอื่นได้

**ด้านสถานที่** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยจะคิดถึงความสะดวก สถานที่กว้างขวาง อากาศเย็นสบาย รวมทั้งต้องให้ร้านเป็นเขตห้ามสูบบุหรี่ ท่าเลที่ตั้งของร้านจะต้องเลือกที่ที่เป็นชุมชน หรือใกล้กับสถานศึกษา เนื่องจากผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ มักจะเลือกร้านที่อยู่ใกล้ที่พัก โดยเฉพาะลูกค้ากลุ่มใหญ่ซึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษา

**ด้านบุคคล** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยพนักงานจะต้องซื้อตรง ไม่เอาเปรียบผู้ให้บริการ และพนักงานจะต้องสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้อง

- จัดให้มีการอบรมความรู้ให้พนักงานทั้งในเรื่องการให้บริการ เช่น กฎระเบียบต่างๆ อัตราค่าบริการ การส่งเสริมการขายต่างๆ การพูดจากับลูกค้า การแต่งกาย และความรู้ด้านคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต

- ผู้ประกอบการจะต้องมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตเข้ามาทำงาน

- ควรให้ผู้มาใช้บริการสามารถแสดงความคิดเห็นติชมการบริการ โดยอาจมีกล่องรับความคิดเห็นหรือบอร์ดข้อเสนอแนะ

**ด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด** เป็นสิ่งที่จำเป็นถ้าผู้ประกอบการต้องการเผยแพร่ข้อมูลของกิจการให้แก่ลูกค้าได้รับทราบและเพื่อเป็นการดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการหรือตอบแทนลูกค้าที่ได้มาใช้บริการเสมอมา และทำให้ผู้ให้บริการมีความจงรักภักดีต่อร้าน ถึงแม้ว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในระดับน้อย ผู้ประกอบการควรจะหาวิธีในการ เช่น การลดราคา ในบางช่วงเวลาของวันเช่นในช่วงตอนเช้าก่อน 12:00 น. ซึ่งมีผู้มาใช้บริการน้อย เพื่อเป็นการดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น หรือการมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมงก็สามารถทำให้ลูกค้าไม่เปลี่ยนไปใช้บริการของร้านอื่น

เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การตลาดเหล่านี้ประกอบในการวางแผนการตลาด

### กลยุทธ์เพื่อปรับความต้องการซื้อ (Demand)

กระตุ้นในช่วงที่มีความต้องการซื้อน้อย โดยจัดกิจกรรมลดราคาและส่งเสริมการขาย ได้แก่ การลดราคาในช่วงเวลาเช้า ก่อน 12:00 น. การแถมชั่วโมงหรือมีส่วนลดให้เมื่อผู้มาใช้บริการใช้บริการร้านติดต่อกันเกิน 3 ชั่วโมง

การให้บริการเสริม (Complementary services) เช่น มีเครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน หรือมีแผ่นดิสก์เก็ตให้บริการ และมีเกมส์ให้บริการ นอกเหนือจากที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตแต่เพียงอย่างเดียว

### กลยุทธ์เพื่อปรับการให้บริการ

เพิ่มพนักงานชั่วคราว (Part time employee) ได้แก่ การจ้างพนักงานดูแลร้านชั่วคราวในช่วงที่ลูกค้ามาใช้บริการมาก คือ ช่วง 16.00 – 24.00 น.

การบริการร่วมกันระหว่างผู้ขาย (Shared services) ได้แก่ ร้านอินเทอร์เน็ตที่อยู่บริเวณใกล้ๆ กันอาจร่วมกันเช่าวงจรเช่าไปหา ISP โดยตรง เนื่องจากจะให้ความรวดเร็วในการเชื่อมต่อได้มากกว่า และไม่มีปัญหาเรื่องสายหลุดบ่อยๆ

งานที่สำคัญของธุรกิจให้บริการ มี 3 ประการ คือ

### ความแตกต่างจากคู่แข่ง (Competitive differentiation)

การเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของกลุ่มแข่งขันทั่วไป การพัฒนาคุณภาพ การให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง สามารถทำได้ คือ

ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovative Feature) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวความคิดริเริ่มแตกต่างจากคู่แข่งทั่วไป เช่น การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย ใช้จอมอนิเตอร์ขนาดใหญ่ มีบริการสอนและแนะนำการใช้งานอินเทอร์เน็ต

การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary service package) ได้แก่ สิ่งที่ถูกคาดว่าจะได้รับจากกิจการ เช่น ร้านอินเทอร์เน็ตพื้นฐาน ได้แก่ ความสะอาด ความสะดวกสบายของสถานที่ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทั่วไปที่ร้านอินเทอร์เน็ตควรมีให้แก่ลูกค้า

ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary service package) ได้แก่ บริการที่ร้านอินเทอร์เน็ตมีเพิ่มเติมให้นอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป เช่น มีเครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน แผ่นดิสก์ เกมส์ Word Processor และ Application ที่กำลังเป็นที่นิยมอื่นๆ เป็นต้น

### คุณภาพการให้บริการ (Service quality)

สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการบริการร้านอินเทอร์เน็ต คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอโดยการตอบสนองความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการต่อลูกค้า โดยความคาดหวังของลูกค้าเกิดจากประสบการณ์ในอดีต คำพูด การโฆษณา ลูกค้าเลือกบริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยถือเกณฑ์ภายหลังจากการรับบริการ ลูกค้าจะเปรียบเทียบการบริการที่รับรู้กับบริการที่คาดหวัง ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่สนใจ ถ้าบริการที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าจะใช้บริการนั้นซ้ำ

### ประสิทธิภาพในการให้บริการ (Productivities)

ในการเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ต สามารถทำได้ ดังนี้  
การให้พนักงานมีความชำนาญสูงขึ้น ทำได้โดยจัดให้มีการฝึกอบรมความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตให้กับพนักงาน

สร้างมาตรฐานการให้บริการ โดยการสร้างมาตรฐานของอุปกรณ์ต้องมีความทันสมัย อุปกรณ์ประกอบต้องครบถ้วน พนักงานที่ดูแลร้านจะต้องมีความรู้ความสามารถด้านคอมพิวเตอร์และมีมารยาทดี

เนื่องจากร้านอินเทอร์เน็ตเป็นบริการที่มีการแข่งขันกันมาก รวมทั้งเทคโนโลยีของอินเทอร์เน็ตก็มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบจึงต้องมีการติดตามข่าวสารและความก้าวหน้าของบริการอินเทอร์เน็ตเสมอ เพื่อที่จะได้ปรับปรุงบริการ หรือเครื่องมือต่างๆ ให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี แต่เนื่องจากการศึกษาพบว่าผู้ที่มาใช้บริการส่วนมากก็มาใช้บริการเพื่อความบันเทิง และไม่ได้ใช้เทคโนโลยีของอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มที่ โดยจะใช้เพื่อเล่นเกมส์ หรือใช้บริการ Chat เพื่อคุยกับเพื่อนซึ่งไม่เคยเห็นหน้ากัน รวมทั้งร้านอินเทอร์เน็ตยังเป็นแหล่งรวมของวัยรุ่นที่มาใช้เวลาในยามว่าง ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตจึงต้องมีสำนึกในการช่วยเหลือเยาวชนของชาติ โดยควรมีการแนะนำให้ความรู้ในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ถูกต้อง และแนะนำ Web Site ที่เป็นเรื่องสร้างสรรค์หรือมีประโยชน์กับผู้มาใช้บริการ เพื่อที่ผู้ที่มาใช้บริการจะได้ประโยชน์จากบริการอินเทอร์เน็ตเต็มที่ และยังเป็นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรของประเทศไปในตัวด้วย