

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อที่จะศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ โดยทำการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 300 คน โดยเก็บตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,500-6,500 บาท และส่วนใหญ่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว

##### ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้บริการจากร้านอินเทอร์เน็ต โดยตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง ไม่ได้ใช้บริการร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ มีร้านที่เลือกใช้บริการ 2-3 ร้าน ในการเลือกใช้บริการร้านใดร้านหนึ่งนั้นขึ้นอยู่กับความสะดวกในแต่ละครั้ง ส่วนกลุ่มที่เลือกใช้บริการร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ เลือกเพราะอยู่ใกล้ที่พักมากกว่าเหตุผลอื่น สำหรับวันที่ใช้บริการนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีวันที่ใช้บริการไม่แน่นอน โดยใช้ในช่วงเวลา 20.00-24.00 น. มากกว่าเวลาอื่น และส่วนใหญ่จะใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการสัปดาห์ละ 2-4 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการครั้งละ 15-30 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 3 ปี บริการที่ใช้ในร้านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่คือการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อความบันเทิง ส่วนใหญ่จะใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ผ่านโดเมนเนม (Domain name) Hotmail.com มากกว่าโดเมนเนมอื่น ใช้โปรแกรมการสนทนาของเพิร์ท (Pirch) ในการสนทนากับเพื่อนทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งยังนิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการติดตามข่าวสาร โดยเฉพาะด้านบันเทิง ส่วนในด้านการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการลงทะเบียน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังไม่

นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในด้านการสั่งซื้อสินค้า นอกจากนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังใช้บริการทางด้านโปรแกรมสำเร็จรูป โดยโปรแกรมที่ใช้ส่วนใหญ่ คือโปรแกรม Microsoft word

**ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต**

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยโดยรวม อยู่ในระดับสำคัญมาก ตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ยกเว้นปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อย

#### **ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ**

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรกดังนี้ ความรวดเร็วในการให้บริการเป็นอันดับแรก รองลงมาคือความสามารถในการแก้ไขปัญหา และความถูกต้องในการคิดราคา ตามลำดับ

#### **ปัจจัยด้านบุคลากร**

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร 3 อันดับแรกดังนี้ พนักงานสุภาพมีมารยาทดีเป็นอันดับแรก รองลงมาคือพนักงานมีความรู้ความชำนาญ และพนักงานมีอัธยาศัยยิ้มแย้มแจ่มใส ตามลำดับ

#### **ปัจจัยด้านสถานที่**

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ 3 อันดับแรกดังนี้ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักรับเป็นอันดับแรก รองลงมาคือการคมนาคมสะดวก และสถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัย ตามลำดับ

#### **ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ**

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรกดังนี้ อากาศเย็นสบายมีเครื่องปรับอากาศเป็นอันดับแรก รองลงมาคือเงียบไม่มีเสียงรบกวน และสถานที่กว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอ ตามลำดับ

### **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรกดังนี้ การเชื่อมต่อความเร็วสูงเป็นอันดับแรก รองลงมาคือคอมพิวเตอร์ทันสมัยประสิทธิภาพสูง และมีคอมพิวเตอร์บริการเพียงพอ ตามลำดับ

### **ปัจจัยด้านราคา**

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านราคา 3 อันดับแรกดังนี้ ราคาเช่าต่อชั่วโมงเป็นอันดับแรก รองลงมาคือราคาการใช้บริการเครื่องพิมพ์ และราคาปกรายงานเขียนเล่มตามลำดับ

### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกดังนี้ การมีส่วนลดและราคาสมาชิกเป็นอันดับแรก รองลงมาคือการสะสมชั่วโมงเพื่อเล่นฟรี และการโฆษณาผ่านแผ่นป้าย ตามลำดับ

**ตอนที่ 4 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต**

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ ส่วนปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อยเรียงตามลำดับดังนี้ ปัญหาปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาปัจจัยด้านราคา และปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

### **ปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ**

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรกดังนี้ การบริการล่าช้าเป็นอันดับแรก รองลงมาคือการแก้ปัญหาล่าช้า และการคิดราคาผิดพลาด ตามลำดับ

### **ปัญหาปัจจัยด้านสถานที่**

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรกดังนี้ สถานที่จอดรถไม่พอเพียงและไม่ปลอดภัยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือเวลาเปิด-ปิดร้านไม่ตรงตามความต้องการ และสถานที่ตั้งไกลจากที่พัก ตามลำดับ

### **ปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร**

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรกดังนี้ พนักงานออร์ยาศัยไม่ดีไม่ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นอันดับแรก รองลงมาคือพนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญ และพนักงานไม่สุภาพไม่มีมารยาท ตามลำดับ

### **ปัญหาปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ**

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรกดังนี้ เสียงดังเป็นอันดับแรก รองลงมาคืออากาศร้อนไม่ติดเครื่องปรับอากาศ และสถานที่คับแคบอึดอัด ตามลำดับ

### **ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรกดังนี้ การเชื่อมต่อความเร็วต่ำสายหลุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือจำนวนคอมพิวเตอร์บริการไม่เพียงพอ และคอมพิวเตอร์ไม่ทันสมัยประสิทธิภาพต่ำ ตามลำดับ

### **ปัญหาปัจจัยด้านราคา**

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านราคา ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรกดังนี้ ราคาเช่าเครื่องต่อชั่วโมงสูงเกินไปเป็นอันดับแรก รองลงมาคือราคาการใช้บริการเครื่องพิมพ์สูงเกินไป และราคาการใช้บริการเครื่องสแกนสูงเกินไป ตามลำดับ

### **ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรกดังนี้ ไม่มีการสะสมชั่วโมงเพื่อเล่นฟรีเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ไม่มีส่วนลดในการใช้บริการสำหรับสมาชิก และไม่มีการโฆษณา ตามลำดับ

ตารางที่ 109 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยหลัก ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ และชั้นปีการศึกษา

ตลาดเป้าหมาย	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการให้บริการ
1. จำแนกตามเพศชาย	การเชื่อมต่อความเร็วสูง (4.49)	ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง (3.47)	สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก(4.47)	การมีส่วนลดสำหรับสมาชิก (2.91)	พนักงานสุภาพมีมารยาทดี (4.31)	อากาศเย็นสบาย(4.62)	ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.35)
เพศหญิง	การเชื่อมต่อความเร็วสูง (4.67)	ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง (4.04)	สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก (4.53)	การสะสมชั่วโมงเพื่อเล่นฟรี (3.69)	พนักงานมีความรู้ความชำนาญ (4.57)	สถานที่กว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอ (4.55)	ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.61)

ตารางที่ 109 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยหลัก ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ และชั้นปีการศึกษา (ต่อ)

ตลาดเป้าหมาย	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการให้บริการ
2. จำแนกตามชั้นปีการศึกษาปีการศึกษาที่1	การเชื่อมต่อความเร็วสูง(4.45)	ราคาการใช้บริการเครื่องพิมพ์(3.33)	สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก (4.69)	การมีส่วนลดสำหรับสมาชิก (2.27)	พนักงานสุภาพมีมารยาทดี (4.18)	อากาศเย็นสบาย (4.84)	ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.13)
ปีการศึกษาที่2	การเชื่อมต่อความเร็วสูง(4.51)	ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง (3.60)	สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก (4.43)	การมีส่วนลดสำหรับสมาชิก (3.21)	พนักงานสุภาพมีมารยาทดี (4.40)	เงียบ ไม่มีเสียงรบกวน (4.48)	ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.46)
ปีการศึกษาที่3	การเชื่อมต่อความเร็วสูง(4.75)	ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง (4.13)	สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก (4.39)	การสะสมชั่วโมงเพื่อเล่นฟรี (3.85)	พนักงานมีความรู้ความชำนาญ (4.67)	สถานที่กว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอ (4.54)	ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.72)
ปีการศึกษาที่4	การเชื่อมต่อความเร็วสูง(4.66)	ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง (4.22)	สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก (4.46)	การสะสมชั่วโมงเพื่อเล่นฟรี (3.81)	พนักงานมีความรู้ความชำนาญ (4.57)	สถานที่กว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอ (4.57)	ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.61)
ปีการศึกษาที่5ขึ้นไป	คอมพิวเตอร์ทันสมัยประสิทธิภาพสูง (4.56)	ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง (4.06)	สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก (4.53)	การสะสมชั่วโมงเพื่อเล่นฟรี (3.75)	พนักงานมีความรู้ความชำนาญ (4.50)	สถานที่กว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอ (4.53)	ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.44)

ตารางที่ 110 แสดงปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยหลัก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกเพศ และชั้นปีการศึกษา

ตลาดเป้าหมาย	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ปัญหาด้านราคา	ปัญหาด้านสถานที่	ปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ปัญหาด้านบุคลากร	ปัญหาด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ	ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ
1. จำแนกตามเพศ เพศชาย	การเชื่อมต่อความเร็วต่ำสายหลุด (4.22)	ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมงสูงเกินไป (3.20)	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และไม่ปลอดภัย (3.75)	ไม่มีการสะสมชั่วโมงเพื่อเล่นฟรี (2.80)	พนักงานอัยศาสตร์ไม่ดีไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส (3.55)	เสียงดัง (4.09)	การแก้ปัญหาล่าช้า (3.56)
เพศหญิง	การเชื่อมต่อความเร็วต่ำสายหลุด (4.10)	ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมงสูงเกินไป (3.55)	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และไม่ปลอดภัย (3.71)	ไม่มีการสะสมชั่วโมงเพื่อเล่นฟรี (3.04)	พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญ (3.67)	เสียงดัง (3.83)	การบริการล่าช้า (3.74)

ตารางที่ 110 แสดงปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยหลัก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกเพศ และชั้นปีการศึกษา

ตลาดเป้าหมาย	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการให้บริการ
2. จำแนกตามชั้นปีการศึกษา ปีการศึกษาที่1	การเชื่อมต่อความเร็วต่ำสายหลุด(4.01)	ราคาการใช้บริการเครื่องพิมพ์สูงเกินไป (2.70)	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และไม่ปลอดภัย (3.69)	ไม่มีการสะสมชั่วโมงเพื่อเล่นฟรี (2.24)	พนักงานไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท (3.16)	เสียงดัง (4.12)	การบริการล่าช้า (3.18)
ปีการศึกษาที่2	การเชื่อมต่อความเร็วต่ำสายหลุด(4.22)	ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมงสูงเกินไป(3.28)	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และไม่ปลอดภัย (3.76)	ไม่มีการสะสมชั่วโมงเพื่อเล่นฟรี (2.84)	พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญ (3.61)	เสียงดัง (3.90)	การบริการล่าช้า (3.57)
ปีการศึกษาที่3	การเชื่อมต่อความเร็วต่ำสายหลุด(4.33)	ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมงสูงเกินไป(3.76)	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และไม่ปลอดภัย (3.66)	ไม่มีการสะสมชั่วโมงเพื่อเล่นฟรี (3.37)	พนักงานอหิชาสัยไม่ดีไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส (3.82)	สถานที่คับแคบอัดอึด (3.87)	การแก้ปัญหาล่าช้า (3.87)
ปีการศึกษาที่4	การเชื่อมต่อความเร็วต่ำสายหลุด(4.16)	ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมงสูงเกินไป(3.72)	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และไม่ปลอดภัย (3.84)	ไม่มีการสะสมชั่วโมงเพื่อเล่นฟรี (3.15)	พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญ (3.87)	เสียงดัง (4.06)	การบริการล่าช้า (3.88)
ปีการศึกษาที่5	จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอ(4.13)	ราคาค่าเช่าต่อชั่วโมงสูงเกินไป(3.94)	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และไม่ปลอดภัย (3.69)	ไม่มีส่วนลดสำหรับสมาชิก (3.22)	พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญ (3.47)	อากาศร้อนไม่ติดเครื่องปรับอากาศ (4.13)	การแก้ปัญหาล่าช้า (3.72)



## อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต โดยนำแนวความคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหา หรือวิจัยพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต คำตอบที่ได้จะช่วยให้ให้นักการตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546, 193-194)

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Why, Who, When, Where และ How คำถามเพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations ดังต่อไปนี้

### ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพที่กำลังศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,500-6,500 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รังสรรค์ สิทธิชัยโอกาส (2544 , 22) และ ปิยะรัฐ ศรีสวัสดิ์ (2547 , ง) กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน

### ผู้บริโภคซื้ออะไร

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาคือใช้บริการเครื่องพิมพ์

### ทำไมผู้บริโภครังซื้อ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ ในการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อความบันเทิง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รังสรรค์ สิทธิชัยโอภาส (2544 , 26) กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงและสันทนาการ ไม่สอดคล้อง กับผลการศึกษาของ สัจจะ ตันจันทร์พงศ์ (2544 , ง) ที่กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้ เพื่อการสืบค้นข้อมูล รวมทั้งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีรยสทธิ์ อุดมมณีชนกิจ (2544 , ง) ที่ กล่าวว่า วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เพื่อการค้นคว้าความรู้

### ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน อินเทอร์เน็ต ด้วยตนเอง

### ผู้บริโภครังซื้อเมื่อใด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มีวันที่มาใช้บริการแน่นอนซึ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รังสรรค์ สิทธิชัยโอภาส (2544, 25-26) กล่าวว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีวันที่มาใช้บริการไม่แน่นอน ส่วนช่วงเวลาที่ ใช้บริการส่วนใหญ่ คือเวลา 20.00 – 24.00 น. ซึ่งไม่ สอดคล้องกับผลการศึกษา รังสรรค์ สิทธิชัยโอภาส (2544, 25-26) กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีช่วงเวลาที่มาใช้บริการไม่แน่นอน

### ผู้บริโภครังซื้อที่ไหน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตจากร้านให้บริการ อินเทอร์เน็ต โดยไม่มีร้านประจำจะให้บริการร้าน 2-3 แห่ง ขึ้นกับความสะดวกในการใช้แต่ละครั้ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา รังสรรค์ สิทธิชัยโอภาส (2544 , 23) กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตจากโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีร ยสทธิ์ อุดมมณีชนกิจ (2544 , ง) กล่าวว่า การใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ของ มหาวิทยาลัย

### ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้ง 1-2 ชั่วโมง ในแต่ละสัปดาห์ใช้ประมาณ 2-4 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รังสรรค์ สิทธิชัยโอภาส (2544 , 24-25) กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชิริยศ อุดมมณี ธนกิจ (2544 , ๖) กล่าวว่า เวลาเฉลี่ยในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ ใช้เวลา 2-5 ชั่วโมง

### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรก คือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะรัฐ ศรีสวัสดิ์ (2547, ๖) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเกมส์คอมพิวเตอร์ คือปัจจัยด้านกระบวนการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รังสรรค์ สิทธิชัยโอภาส (2544 , ๖) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ

### ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเรื่อง ความรวดเร็วในการให้บริการเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะรัฐ ศรีสวัสดิ์ (2547, ๖) กล่าวว่า ปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับแรก คือ มีการจัดหมวดหมู่ของเกมส์ให้เลือกเล่นโดยง่าย

### ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรเรื่อง พนักงานสุภาพมีมารยาทดีเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะรัฐ ศรีสวัสดิ์ (2547, ๖) กล่าวว่า ปัจจัยด้านบุคคล ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รังสรรค์ สิทธิชัยโอภาส (2544, ๖) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเฉลี่ยระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยด้านพนักงานซื้อตรงไม่เอาเปรียบเวลาของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความสำคัญมากเป็นอันดับแรก

### ปัจจัยด้านสถานที่

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ เรื่องสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะรัฐ ศรีสวัสดิ์ (2547, ง) กล่าวว่า ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือระยะเวลาเปิดปิดของร้าน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รังสรรค์ สิทธิชัยโอภาส (2544, ง) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเฉลี่ยระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อย ด้านสถานที่สะอาด มีค่าเฉลี่ยความสำคัญมากเป็นอันดับแรก

### ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ เรื่องอากาศเย็นสบายมีเครื่องปรับอากาศเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะรัฐ ศรีสวัสดิ์ (2547, ง) กล่าวว่า ปัจจัยด้านกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือแสงสว่างเพียงพอ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รังสรรค์ สิทธิชัยโอภาส (2544, ง) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเฉลี่ยระดับสำคัญน้อย โดยปัจจัยย่อย ด้านตราสินค้าเฟรนไชน์จาก ISP ใหญ่มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยความสำคัญมากเป็นอันดับแรก

### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องการเชื่อมต่อความเร็วสูงเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รังสรรค์ สิทธิชัยโอภาส (2544, ง) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านเครื่องมือและการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญเฉลี่ยระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยความสำคัญมากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะรัฐ ศรีสวัสดิ์ (2547, ง) กล่าวว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงพอ

### ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาค่าเช่าต่อชั่วโมงเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะรัฐ ศรีสวัสดิ์ (2547, ง) กล่าวว่า ปัจจัยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง รวมทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รังสรรค์ สิทธิชัยโอภาส (2544, ง) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ

เฉลี่ยระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยเรื่องราคาเช่าต่อชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยความสำคัญมากเป็นอันดับแรก

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องการมีส่วนลดและราคาสมาชิกเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะรัฐ ศรีสวัสดิ์ (2547, ง) กล่าวว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือการเปิดรับสมาชิก เพื่อให้สิทธิพิเศษ รวมทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รังสรรค์ สิทธิชัยโอกาส (2544, ง) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเฉลี่ยระดับสำคัญน้อย โดยปัจจัยย่อยเรื่องการลดราคาบางช่วงเวลาของวันหรือในบางโอกาส มีค่าเฉลี่ยความสำคัญมากเป็นอันดับแรก

### ข้อค้นพบ

การศึกษาพฤติกรรม ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัวมีร้อยละ 27.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตจากร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตมากที่สุด และใช้อินเทอร์เน็ตจากมหาวิทยาลัยน้อยที่สุด ลักษณะการเลือกร้านที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตไม่มีร้านประจำ ขึ้นกับความสะดวกแต่ละครั้ง ส่วนกลุ่มที่ใช้ร้านประจำนั้นมีเหตุผลในการเลือกใช้เนื่องจาก อยู่ใกล้ที่พักมากที่สุด โดยเพื่อนคือผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ บริการที่ใช้ในร้านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ส่วนบริการที่ใช้น้อยที่สุดคือการจ้างลงข้อมูล SPSS โปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ส่วนใหญ่ คือโปรแกรม Microsoft Word ส่วนโปรแกรมที่ใช้น้อยที่สุดคือ โปรแกรม Microsoft Outlook ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการมากที่สุดคือช่วงเวลา 20.00 – 24.00 น. ส่วนช่วงเวลาที่ใช้น้อยคือช่วงเวลา 08.00 – 12.00 น. และช่วงหลัง 24.00 น.โดย มีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อความบันเทิง

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อจำแนกตามเพศ และชั้นปี ส่วนใหญ่จะเหมือนกัน ยกเว้น ด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ เพศหญิงเพื่อนจะมีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุด ส่วนเพศชายจะตัดสินใจด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ และเมื่อจำแนกตามชั้นปีพบว่า ในชั้นปีที่ 1, 2 และปีที่ 3 เพื่อนจะมีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุด ส่วนชั้นปีที่ 4 และชั้นปีที่ 5 จะตัดสินใจด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ ด้านระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เพศชายจะมีจำนวนเวลาในการใช้

บริการร้านอินเทอร์เน็ต มากกว่าเพศหญิง คือใช้ครั้งละ 2-3 ชั่วโมง ในขณะที่เพศหญิงส่วนใหญ่ใช้ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เพศชายส่วนใหญ่จะใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 20.00 – 24.00 น.มากที่สุด ในขณะที่เพศหญิงนั้น ช่วงเวลาที่ใช้ไม่แน่นอนมากที่สุด รองลงมาคือใช้ในช่วงเวลา 16.00 – 20.00 น. ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เพศชายส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ใช้เพื่อความบันเทิงมากที่สุด ในขณะที่เพศหญิงส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อ ค้นหาหาความรู้ เมื่อจำแนกตามชั้นปีพบว่า ชั้นปี 1,2,3 นั้นใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงมากที่สุด ในขณะที่ ชั้นปีที่ 4,5 ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาหาความรู้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 111 แสดงพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ และชั้นปีที่ศึกษา

ใครอยู่ในตลาด เป้าหมาย(Who)	ใช้อะไร (What)	ใช้เมื่อไหร่ (When)	ทำไมจึงใช้ (Why)	ใครมีอิทธิพลในการ ตัดสินใจ (Who)	ใช้ที่ไหน (Where)	อย่างไร (How)
1. จำแนกตามเพศ เพศชาย	การเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต	ช่วงเวลา 20.00 น. – 24.00 น.	วัตถุประสงค์การใช้โดยรวมคือ เพื่อความบันเทิง เนื่องจากเห็นว่าการ เล่นอินเทอร์เน็ตทำให้รู้สึก คลายเครียด	ตัดสินใจด้วยตนเอง	ไม่มีร้านประจำ	ใช้ครั้งละ 2-3 ชั่วโมง อาทิตย์ละ 2-4 ครั้ง
เพศหญิง	การเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต	ไม่มีช่วงเวลาการใช้ที่แน่นอน	วัตถุประสงค์การใช้โดยรวมคือเพื่อ ค้นคว้าหาความรู้ เนื่องจากเห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้สะดวกขึ้น	เพื่อนมี อิทธิพลใน การตัดสินใจ	ไม่มีร้านประจำ	ใช้ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง อาทิตย์ละ 2-4 ครั้ง

ตารางที่ 111 แสดงพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตาม เพศ และชั้นปีการศึกษา (ต่อ)

ใครอยู่ในตลาด เป้าหมาย (Who)	ทำอะไร (What)	ใช้เมื่อไหร่ (When)	ทำไมจึงใช้ (Why)	ใครมีอิทธิพลใน การตัดสินใจ (Who)	ใช้ที่ไหน (Where)	อย่างไร (How)
2. จำแนกตาม ชั้นปีการศึกษา ปีการศึกษาที่1	การเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต	ช่วงเวลา 20.00 น. - 24.00 น.	วัตถุประสงค์การใช้โดยรวมเพื่อความบันเทิง เนื่องจาก เห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ รู้สึกคลายเครียด	เพื่อนมี อิทธิพล ในการตัดสินใจ	ไม่มีร้านประจำ	ใช้ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง อาทิตย์ละ 5-7 ครั้ง
ปีการศึกษาที่2	การเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต	ช่วงเวลา 20.00 น. - 24.00 น.	วัตถุประสงค์การใช้โดยรวมเพื่อความบันเทิง เนื่องจาก เห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ รู้สึกคลายเครียด	เพื่อนมี อิทธิพล ในการตัดสินใจ	ไม่มีร้าน ประจำ	ใช้ครั้งละ 2-3 ชั่วโมง อาทิตย์ละ 2-4 ครั้ง
ปีการศึกษาที่3	การเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต	ช่วงเวลา 20.00 น. - 24.00 น.	วัตถุประสงค์โดยรวม เพื่อค้นหาความรู้ เนื่องจากเห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ฉลาด รอบรู้	เพื่อนมี อิทธิพล ในการตัดสินใจ	ไม่มีร้าน ประจำ	ใช้ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง อาทิตย์ละ 2-4 ครั้ง
ปีการศึกษาที่4	การเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต	ไม่มีช่วงเวลาการ ใช้ที่แน่นอน	วัตถุประสงค์โดยรวม เพื่อค้นหาความรู้ เนื่องจากเห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ฉลาด รอบรู้	ตัดสินใจด้วย ตนเอง	ไม่มีร้าน ประจำ	ใช้ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง อาทิตย์ละ 2-4 ครั้ง
ปีการศึกษาที่5 ขึ้นไป	การเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต	ไม่มีช่วงเวลาการ ใช้ที่แน่นอน	วัตถุประสงค์โดยรวมเพื่อค้นหาความรู้ เนื่องจากเห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ทันสมัยอยู่กับ เพื่อนรู้เรื่อง	ตัดสินใจด้วย ตนเอง	ไม่มีร้าน ประจำ	ใช้ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง อาทิตย์ละ 2-4 ครั้ง

จากตารางที่ 111 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย หญิง และทุกชั้นปีการศึกษา มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่  
เหมือนกัน



ตารางที่ 112 แสดงปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของทุกปัจจัยหลัก ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม พบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ลำดับที่	ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	การเชื่อมต่อความเร็วต่ำสายหลุด	4.16	มาก
2	เสียงดัง	3.95	มาก
3	อากาศร้อน ไม่ติดเครื่องปรับอากาศ	3.89	มาก
4	จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์บริการไม่เพียงพอ	3.81	มาก
5	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอและไม่ปลอดภัย	3.73	มาก
6	เครื่องคอมพิวเตอร์ไม่ทันสมัยประสิทธิภาพต่ำ	3.65	มาก
7	การบริการล่าช้า และ การแก้ปัญหาล่าช้า	3.64	มาก
8	สถานที่คับแคบ อึดอัด	3.63	มาก
9	เวลาเปิด-ปิดร้านไม่ตรงตามความต้องการ	3.59	มาก
10	พนักงานอหิชาสัยไม่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.57	มาก
11	พนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญ	3.56	มาก
12	พนักงานไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท	3.55	มาก
13	ห้องน้ำไม่สะอาด หรือไม่มีห้องน้ำบริการ	3.53	มาก
14	การคิดราคาผิดพลาด	3.49	น้อย
15	สถานที่ตั้งไกลจากที่พัก	3.47	น้อย
16	สถานที่ไม่สะอาด	3.46	น้อย
17	การคมนาคมไม่สะดวก	3.43	น้อย
18	ระบบเสียงไม่ดี	3.40	น้อย
19	ราคาเช่าเครื่องต่อชั่วโมงสูงเกินไป	3.37	น้อย
20	พนักงานไม่คอยชี้แนะการใช้งาน	3.31	น้อย
21	พนักงานไม่ใส่ใจต่อปัญหาและความต้องการ	3.31	น้อย
22	ไม่มีสถานที่ให้นั่งรอ	3.30	น้อย
23	ไม่มีโปรแกรมที่ต้องการ	3.30	น้อย
24	ไม่มีที่กั้นแยกเป็นส่วนตัว	3.27	น้อย
25	พนักงานขาดความซื่อตรงเรื่องการคิดค่าบริการ	3.27	น้อย
26	ขนาดจอเล็กไม่คมชัด	3.27	น้อย
27	ราคาของการใช้เครื่องพิมพ์สูงเกินไป	3.26	น้อย
28	ราคาการให้บริการเครื่องสแกนสูงเกินไป	3.22	น้อย
29	อุปกรณ์ต่อพ่วงบริการไม่ครบ (สแกน เครื่องพิมพ์)	3.20	น้อย
30	ไม่มีราคาพิเศษสำหรับสมาชิก	3.16	น้อย

ตารางที่ 112 แสดงปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของทุกปัจจัยหลัก ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม พบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต (ต่อ)

ลำดับที่	ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
31	ราคาของกระดาษปก เข้าเล่ม สูงเกินไป	3.15	น้อย
32	อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ไม่ครบ( เช่นหูฟัง )	3.14	น้อย
33	ราคาของ Disk / CD สูงเกินไป	3.11	น้อย
34	การตกแต่งร้าน ไม่ทันสมัย	3.10	น้อย
35	ไม่มีบริการแนะนำข้อมูล	3.07	น้อย
36	ไม่มีบริการเช่ารูปเล่ม	3.01	น้อย
37	ไม่มีบริการรับพิมพ์งาน ทำรายงาน	3.01	น้อย
38	ไม่มีการสะสมชั่วโมงเพื่อเล่นฟรี	2.92	น้อย
39	ไม่มีส่วนลดในการใช้บริการสำหรับสมาชิก	2.73	น้อย
40	ไม่มีการโฆษณา	2.59	น้อย
41	ร้านเปิดใหม่ยังไม่แน่ใจการบริการ	2.56	น้อย

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ถึงแม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว แต่พฤติกรรม การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ก็ยังใช้บริการจากร้านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ดังนั้นหากร้านอินเทอร์เน็ตให้ความสนใจต่อปัญหาและปัจจัยที่มีอิทธิพล เพื่อนำมาพัฒนาการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าหลัก ซึ่งเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ ก็ย่อมจะทำให้ร้านอินเทอร์เน็ตยังคงสามารถได้รับความนิยมต่อไปได้ แต่หากการบริการไม่สอดคล้องกับความต้องการ ในขณะที่ความจำเป็นในการใช้งานเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย และ ธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตในห้องพักก็จะเข้ามาแทนที่ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตได้

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ ในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ กลยุทธ์ทางการตลาด ที่อาจจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

### 1. กลยุทธ์เพื่อปรับความต้องการซื้อ (Demand)

**ตั้งราคาให้แตกต่างกัน (Differential pricing)** เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ กล่าวคือตั้งราคาสูงในช่วงที่ความต้องการซื้อสูง เช่น ช่วงเวลา 20.00-24.00 น. ตั้งราคาต่ำในช่วงที่ความต้องการซื้อน้อย คือตั้งแต่ช่วงเวลา 08.00 – 12.00 น. เป็นต้น

**กระตุ้นความต้องการซื้อในช่วงที่มีความต้องการซื้อน้อย** โดยจัดกิจกรรมลดราคาและส่งเสริมการขาย ได้แก่ การลดราคาในช่วงเวลาเช้า ก่อน 12.00 น. การแถมชั่วโมงหรือมีส่วนลดให้เมื่อผู้มาใช้บริการ ใช้บริการร้านติดต่อกันเกิน 3 ชั่วโมง เป็นต้น ทั้งนี้รวมทั้งช่วงที่ปิดภาคเรียนก็สามารถนำกลยุทธ์นี้มาใช้ได้เช่นกัน

**การให้บริการเสริม (Complementary services)** เช่น มีบริการเสริมในด้านการจัดหาข้อมูล การรับพิมพ์งาน มีบริการด้านการค้นหาข้อมูลให้แก่ลูกค้ากรณีที่เครื่องไม่ว่างสำหรับบริการลูกค้า

**ระบบการนัดหมาย (Reservation systems)** ร้านอินเทอร์เน็ตที่อยู่ในพื้นที่เดียวกับหอพัก อาจมีการติดตั้งสายภายในเพื่อให้ลูกค้าสามารถโทรสอบถามข้อมูลจากห้องพักว่าเครื่องว่างหรือไม่ หรือนัดหมายได้ รวมทั้งให้บริการโทรแจ้งกลับในกรณีเครื่องว่าง เป็นต้น

### 2. กลยุทธ์เพื่อปรับการให้บริการเสนอขาย (Supply)

**เพิ่มพนักงานชั่วคราว (Part time employee)** ได้แก่ การจ้างพนักงานดูแลร้านชั่วคราว ในช่วงที่ลูกค้ามาใช้บริการมากคือช่วง 20.00 – 24.00 น. และในช่วงที่ใกล้สอบ ผู้ใช้บริการมักจะมีการจ้างพิมพ์งานด่วน เนื่องจากถึงกำหนดส่งรายงานต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนั้นควรมีการควบคุมคุณภาพในการให้บริการ โดยสามารถทำได้ 2 ขั้นตอนดังนี้  
**ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงาน** ที่ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ให้มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการใช้งานอินเทอร์เน็ต และโปรแกรมการใช้งานพื้นฐานอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโปรแกรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มาก เช่น Microsoft Word, Microsoft Power Point, Microsoft Excel และโปรแกรมการสนทนาที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามใช้มาก เช่น MSN, PIRCH รวมทั้งการใช้งานในเวปไซด์ของมหาวิทยาลัย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เป็นประจำ พนักงานจะต้องมีความรู้และความเข้าใจมากเป็นพิเศษ

**ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า** โดยการรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้า และการสำรวจ ทางร้านอินเทอร์เน็ตอาจจัดกล่องแสดงความคิดเห็น หรืออาจมีการสำรวจความคิดเห็นในเรื่องของการบริการเป็นระยะๆ เพื่อนำไปปรับปรุงการบริการ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต และปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตควรพิจารณาแก้ไข และให้ความสำคัญต่อปัจจัยต่างๆ ดังนี้

#### **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ การเชื่อมต่อความเร็วสูง คอมพิวเตอร์ทันสมัยประสิทธิภาพสูง และมีคอมพิวเตอร์บริการเพียงพอ ส่วนปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเรียงตามลำดับคือ การเชื่อมต่อความเร็วต่ำสายหลุด จำนวนคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอ และคอมพิวเตอร์ไม่ทันสมัยประสิทธิภาพต่ำ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรที่จะต้องเน้นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ดังนี้

**ความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการเชื่อมต่อความเร็วสูง ทั้งยังพบปัญหามากที่สุดในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ต ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมากเกี่ยวกับระบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต หากกิจการอยู่ในพื้นที่ที่มีระบบการส่งสัญญาณด้วยใยแก้วนำแสง หรือที่เรียกกันว่าระบบADSL ก็ควรที่จะติดตั้งระบบดังกล่าวเพราะเป็นระบบที่เร็วและทันสมัย ปัญหาเรื่องสายหลุดมีอัตราที่ต่ำ แต่หากกิจการไม่อยู่ในพื้นที่ที่เปิดให้บริการดังกล่าว ก็ควรที่จะเลือกใช้ระบบการเชื่อมต่อเครือข่ายที่มีความเร็วสูง รวมทั้งควรมีระบบการเชื่อมต่อระบบอื่นสำรองหากเกิดปัญหาสัญญาณในการเชื่อมต่อระบบหลักขัดข้องจะได้เชื่อมต่อระบบสำรองได้ทันที

**จำนวนคอมพิวเตอร์ที่เพียงพอ** เนื่องจากลูกค้ามักจะเข้ามาใช้บริการในช่วงเวลาเดียวกัน คือ 20.00 – 24.00 น. ทำให้เกิดปัญหาเรื่องจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ไม่เพียงพอ ทางร้านควรมีการเพิ่มจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ แต่ทั้งนี้ต้องศึกษาเปรียบเทียบความเป็นไปได้ในการลงทุนด้วยว่าจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เพิ่มขึ้นนั้น ควรมีปริมาณกี่เครื่องจึงจะทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าและทำให้กิจการมีกำไรที่เพิ่มขึ้นด้วย

**ความทันสมัยของเครื่องคอมพิวเตอร์** เครื่องคอมพิวเตอร์ ที่มีไว้บริการในร้านอินเทอร์เน็ตนั้น ต้องมีความทันสมัยประสิทธิภาพสูงพอที่จะรองรับโปรแกรมการทำงานใหม่ๆ เนื่องจากมีการพัฒนา ซอฟต์แวร์ใหม่ๆ ออกมาอยู่ตลอดเวลา ควรมีการติดตามและติดตั้งซอฟต์แวร์ต่างๆ ที่กลุ่มนักเรียนนิยมใช้ในแต่ละช่วง รวมทั้งอุปกรณ์พ่วงต่างๆ ที่ใช้กับคอมพิวเตอร์ควรมีความครบครันและมีคุณภาพดี ยกตัวอย่างเช่น หูฟัง ไมโครโฟน เครื่องสแกน เครื่องพิมพ์ เครื่องสำหรับไลต์ซีดี ช่องสำหรับเสียบ Floppy A, CD Drive, Handy Drive ควรมีการตรวจเช็คให้พร้อมใช้งานเสมอ

### ปัจจัยด้านราคา

ถึงแม้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อยต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา แต่ในปัจจัยย่อยด้านราคาค่าเช่าต่อชั่วโมงและราคาค่าใช้บริการเครื่องพิมพ์นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตควรให้ความสำคัญ รักษาระดับราคาค่าเช่าต่อชั่วโมง และราคาการให้บริการเครื่องพิมพ์ ให้มีราคาเดียวกันกับราคาของร้านอื่นๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน เพื่อรักษาระดับราคาให้สามารถแข่งขันกับร้านอื่นได้ แล้วใช้กลยุทธ์การตั้งราคาให้แตกต่าง (Differential pricing) ในช่วงเวลาที่ผู้มาใช้บริการน้อย

### ปัจจัยด้านสถานที่

**สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 20.00–24.00 น. ซึ่งเป็นตอนกลางคืน ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดแก่ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก หากมีความเป็นไปได้ ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตควรเลือกสถานที่ตั้งที่อยู่ใกล้บริเวณหอพักของนักศึกษา และควรกำหนดช่วงเวลาการเปิด-ปิดร้านให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาด้วย อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการควรพิจารณาช่วงเวลาที่ผู้มาใช้บริการน้อยคือช่วงเวลา 08.00 น.-12.00 น. และ หลังเวลา 24.00 น. ว่าเมื่อนำกลยุทธ์การตลาดเพื่อปรับความต้องการซื้อ โดยการตั้งราคาให้แตกต่างกันในช่วงเวลาดังกล่าว

และกระตุ้นความต้องการซื้อในช่วงที่มีความต้องการซื้อน้อย มาใช้แล้วได้ผลหรือไม่ หากไม่ได้ผล ก็ต้องพิจารณาเปรียบเทียบ รายรับ และ รายจ่าย ว่าเหมาะสมที่จะเปิดในช่วงเวลาดังกล่าวหรือไม่ หรืออาจจะพิจารณาเลื่อนเวลาเปิดให้ช้ากว่าเดิม เลื่อนเวลาปิดให้เร็วขึ้น เป็นต้น

**สถานที่จอดรถที่เพียงพอและปลอดภัย** เนื่องจากหอพักส่วนใหญ่ที่นักศึกษามหาวิทยาลัย พายัพพักอาศัยอยู่นั้น จะมีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ๆกันด้านข้างมหาวิทยาลัยพายัพ ทำให้มีร้านค้าต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย การจราจรติดขัด ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญต่อบริการด้านการคมนาคม และ สถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัย ในระดับมาก อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามยังพบ ปัญหาที่มากที่สุดในด้านสถานที่จอดรถไม่พอเพียงและไม่ปลอดภัย หากมีความเป็นไปได้ ทางร้าน บริการอินเทอร์เน็ตควรเลือกสถานที่ตั้งที่อยู่ใกล้บริเวณหอพักของนักศึกษา และมีสถานที่จอดรถที่ สะดวกปลอดภัย แต่หากเปิดดำเนินการในสถานที่ที่มีปัญหาเรื่องการคมนาคม หรือที่จอดรถไม่ สะดวก ทางร้านก็ควรที่จะดูแลเรื่องความเป็นระเบียบของการจอดรถเพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อ ทรัพย์สินลูกค้า หรืออาจจะต้องมีการเจรจาขอเช่าพื้นที่จอดรถจากอาคารอื่นบริเวณใกล้เคียง

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด**

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ น้อยทุกปัจจัยย่อย ทั้งนี้เนื่องจากร้านอินเทอร์เน็ตที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ ใกล้มหาวิทยาลัยพายัพ ส่วนใหญ่จะมีราคาค่าบริการที่ใกล้เคียงกัน ประกอบกับแต่ละร้านก็มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ไม่ เกิน 10 เครื่อง ไม่สามารถรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้นได้ ดังนั้นจึงมีการนำกลยุทธ์ด้านการส่งเสริม การตลาดมาใช้ค่อนข้างน้อย แต่อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการตลาดก็เป็นเรื่องจำเป็นที่ผู้ประกอบการ จะต้องเผยแพร่ข้อมูลของกิจการให้แก่ลูกค้าได้รับทราบและเพื่อดึงดูดใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ หรือ เป็นการตอบแทนผู้ที่มาใช้บริการให้เกิดความจงรักภักดีต่อร้าน ดังนั้นผู้ประ กอบการร้าน อินเทอร์เน็ตควรให้ความสำคัญ อาจมีการสมนาคุณลูกค้าด้วยการสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล ซึ่ง จะทำให้ลูกค้าไม่เปลี่ยนไปใช้บริการที่ร้านอื่น หรือจัดรายการราคาพิเศษในช่วงที่มีผู้มาใช้บริการ น้อย เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น ในเวลาดังกล่าว เป็นต้น

#### **ปัจจัยด้านบุคลากร**

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อบริการด้านบุคลากรในระดับมากที่สุดทุก ปัจจัยย่อย ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตควรให้ความสำคัญในเรื่องบุคลากรให้มี คุณสมบัติและการบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วย ความสุภาพ

มารยาทดี มีความรู้ความชำนาญ อัจฉริยะดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความซื่อตรงในการคิดค่าบริการ เอาใจใส่ต่อความต้องการของลูกค้า และคอยแนะนำการใช้งานแก่ผู้ใช้บริการ

ในการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจ บุคลากรผู้ดูแลกิจการจะต้องศึกษาและติดตามการใช้งานโปรแกรมการทำงานต่างๆที่ลูกค้าใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ จึงจะสามารถให้คำแนะนำเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาในการใช้งานได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง โปรแกรมการสนทนาต่างๆที่นิยมใช้กันในปัจจุบัน เช่น PIRCH, MSN, QQ รวมทั้งวิธีการสืบค้นข้อมูล การคัดลอกข้อมูล หรือแม้แต่สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโดยตรงของกลุ่มนักศึกษา เช่นการลงทะเบียนเรียน การดูข้อมูลผลการเรียน การตรวจสอบสถานภาพต่างๆ การดูงานที่ได้รับมอบหมายแต่ละรายวิชา และวิธีการส่งงานผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

#### ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพในระดับมากที่สุดแทบทุกปัจจัยย่อย ทางร้านควรให้ความสำคัญในการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ซึ่งประกอบไปด้วย การติดตั้งเครื่องปรับอากาศให้อากาศเย็นสบาย ระมัดระวังเรื่องเสียงรบกวนผู้ใช้บริการ สถานที่ควรจัดวางตำแหน่งของเครื่องคอมพิวเตอร์ให้มีพื้นที่นั่งสำหรับเพื่อนที่มาด้วย เนื่องจากนักศึกษาเพศหญิง และนักศึกษาชั้นปีที่ 1, 2, 3 ส่วนใหญ่มักจะมีเพื่อนมาด้วย และเพื่อนก็มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตมากที่สุดสำหรับผู้ใช้บริการกลุ่มนี้

#### ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในระดับมากที่สุดแทบทุกปัจจัยย่อย ดังนั้นทางร้านควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ความสามารถในการแก้ไขปัญหา ความถูกต้องในการคิดราคา ทางร้านที่มีความพร้อมควรมีการติดตั้งโปรแกรมการควบคุมสำหรับร้านอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ ซึ่งจะทำได้สามารถคิดเงินได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง รวมทั้งสามารถตรวจสอบได้อีกด้วย

เนื่องจากร้านอินเทอร์เน็ตเป็นบริการที่มีการแข่งขันสูงรวมทั้งเทคโนโลยีของอินเทอร์เน็ตก็มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการและผู้ที่จะทำธุรกิจจึงต้องมีการติดตามข่าวสารและความก้าวหน้าอยู่เสมอ รวมทั้งควรจะคำนึงเรื่องต่างๆที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ เช่น สถานที่ตั้งควรใกล้ที่พักรั ไม่มีเสียงดังรบกวน และติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เป็นต้น

แม้จากการศึกษาจะพบว่า ผู้ใช้บริการโดยส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิง แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีผู้บริการจำนวนไม่น้อยที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการค้นคว้าหาข้อมูลความรู้เพื่อประกอบการศึกษา ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลร้านอินเทอร์เน็ตควรมีความรู้ความสามารถเพียงพอที่จะแนะนำวิธีการค้นหาข้อมูลข้อมูลสำคัญต่างๆทางการศึกษา อันจะทำให้ผู้มาใช้บริการได้ประโยชน์จากบริการอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มที่ และเป็นการช่วยพัฒนาศักยภาพบุคลากรของประเทศด้วย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved