

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้บริการในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสายทิพย์ ธรรมเรือง
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ชื่อประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์

บทคัดย่อ

170350

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้บริการในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสภาพการให้บริการจากร้านบริการคอมพิวเตอร์ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้บริการจากร้านคอมพิวเตอร์ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการจากร้านคอมพิวเตอร์ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการของร้านบริการคอมพิวเตอร์ 141 ร้าน โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างในลักษณะสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญทั้งหมด 354 ชุด และทำการประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences : SPSS) และนำเสนอข้อมูลในรูปสถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 15 – 19 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และเป็นนักเรียน นักศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มใช้บริการจากร้านบริการคอมพิวเตอร์มากกว่า 3 ปี ส่วนวันที่ใช้บริการจะไม่แน่นอน นิยมใช้บริการในช่วง เวลา 16.01 น.–20.00 น. และการใช้บริการแต่ละครั้งใช้ระยะเวลา 2–3 ชั่วโมงต่อครั้ง ภายใน 1 สัปดาห์กลุ่มตัวอย่างจะใช้บริการ ประมาณ 1 – 2 ครั้ง ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการอินเทอร์เน็ต ส่วนลักษณะการใช้บริการก็เพื่อความสนุกสนานบันเทิง

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านบริการคอมพิวเตอร์ เรียงตามระดับการตัดสินใจมาก ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสถานที่ และ ระดับการตัดสินใจปานกลางคือ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา

170350

ปัญหาที่ผู้ให้บริการพบคือ ปัญหาด้านการบริการ ได้แก่ มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการน้อย ปัญหาด้านราคา ได้แก่ อัตราค่าเช่าต่อชั่วโมงแต่ละร้านไม่เท่ากัน ปัญหาด้านสถานที่ ได้แก่ สถานที่อีกที่ก่เสียดัง ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงานไม่แจ้งข่าวสารให้ทราบ

ความต้องการที่ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการในการตัดสินใจให้บริการร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต คือ ด้านอุปกรณ์ ได้แก่ ต้องการเพิ่มความเร็วในการเชื่อมต่อ ด้านราคา ได้แก่ ให้ลดอัตราค่าเช่าต่อชั่วโมงให้ถูกลง ด้านสถานที่ตั้ง ได้แก่ ต้องการให้จัดบรรยากาศภายในร้านให้น่าอยู่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

Title	Factors Affecting the Decision Making on the Computer Service Shop's Customers in the Chiang Mai Municipality
Author	Miss Saithip Thamreung
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Dr. Anurak Panyanuwat

ABSTRACT

170350

The objectives of this research were to study 1) features of computer service shops' customers in Chiang Mai municipality, 2) factors affecting their decision making on computer service shops in the Chiang Mai municipality, and 3) their problems and demand.

The data was collected by means of questionnaires from 354 samples of customers, selected by the accidental sampling method, of 141 computer service shops in Chiang Mai municipality, and analyzed by the SPSS.

The results of this study showed that most computer users were males, 15-19 years old, and studying in a senior high school or a vocational college. Most of them used computers for over 3 years at computer service shops during 04.01-08.00 p.m. and spent about 2-3 hours at a time, 1 to 2 times per week. They preferred using internet for their recreation and entertainment.

The factors affecting their decision making on using services of computer shops at a high level were personal factors and channel of distribution factors, and those at a moderate level were service factors, marketing promotion factors and price factors.

The users' problems were services i.e. limited number of computers, price i.e. different rates of services per hour, place i.e. noisiness, and marketing promotion i.e. non-availability of information.

The demand of the users included devices i.e. a higher speed of internet connecting, price i.e. lower service rate per hour, place i.e. pleasant atmosphere of service shops, and continuous marketing promotion.