

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ
ความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต

ในเขตเทศบาลเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน

โดย

นายวัชร ไซโยธิ

พฤษภาคม 2546

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์รศ กาใหญ่

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
จากร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตในเขตเทศบาลเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน โดยทำการศึกษาถึงสภาพการ
ใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการจากร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน และศึกษาถึงปัญหา ความ
ข้องการของผู้ใช้บริการ ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บ
ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ต 21 ร้าน โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่ม
ตัวอย่างในลักษณะสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญทั้งหมด 384 คนและได้รับแบบสอบถามคืน คิดเป็น
ร้อยละ 100 ของจำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยทำการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป
ทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences : SPSS) วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอ
ข้อมูลในรูปสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่
เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15 – 19 ปี อยู่ในกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับ
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. สภาพปัจจุบันในการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการ คือ ผู้ใช้
บริการเริ่มใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 2 – 3 ปี ที่ร้านบริการอินเทอร์เน็ตและจะไม่ใช้บริการร้าน
อินเทอร์เน็ตร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ เพราะร้านอินเทอร์เน็ตบางร้านให้บริการไม่ประทับใจ
เนื่องจากพนักงานไม่สามารถให้คำแนะนำในการใช้งานและเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีให้บริการเป็น
เครื่องที่ ล้าสมัยทำให้มีภาระงานที่ช้า ต้องรอคอยนานและมีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการ
มีน้อย ส่วนวันที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจะไม่แน่นอน นิยมใช้บริการช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. และ
การใช้บริการแต่ละครั้งใช้ระยะเวลานาน 30 นาที – 1 ชั่วโมง ภายใน 1 สัปดาห์กลุ่มตัวอย่างจะใช้

บริการประมาณ 1 – 2 ครั้ง ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการอินเทอร์เน็ตประเภท chat มากที่สุด และลักษณะการใช้บริการอินเทอร์เน็ตจะใช้เพื่อความบันเทิง โดยมีวัตถุประสงค์มุ่งเน้นในด้านการแสวงหาความบันเทิง เช่น ดูดวง คิดตามข่าวดารา นักร้อง เป็นต้น การเล่นเกมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และการค้นหาหรือ รับ-ส่ง โปรแกรม เช่น mp3 เพลง ภาพและเสียง เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต คือปัจจัยด้านการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและการโฆษณาโดยรวมมีผลที่มีค่าในระดับปานกลางต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยอื่น ๆ โดยรวมมีผลมากต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต ในแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ต คือ มีเครื่องคอมพิวเตอร์บริการหลายเครื่องและทันสมัย ราคาเช่าต่อชั่วโมง การจราจรต้องไม่ติดขัด การมีที่กันแยกเป็นส่วนตัว มีส่วนลดจากการสะสมจำนวนชั่วโมง เพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ พนักงานมีความรู้ความชำนาญสามารถแนะนำการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ การเล่นเพื่อความสนุกสนาน/ บันเทิง

ปัญหาที่ผู้ใช้บริการร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต พบคือ ปัญหาด้านการบริการ ได้แก่ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตล่าช้า ปัญหาด้านราคา ได้แก่ อัตราค่าเช่าต่อชั่วโมงไม่แน่นอน ปัญหาด้านสถานที่ตั้ง ได้แก่ สถานที่คับแคบเกินไป ปัญหาด้านการแจ้งข่าวสาร ได้แก่ ไม่มีแผ่นพับและไปปลิวแจ้งรายละเอียดส่วนลด ปัญหาด้านบุคคล ได้แก่ พนักงานไม่สามารถให้คำแนะนำในปัญหาต่าง ๆ ได้

ความต้องการที่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการในการตัดสินใจใช้บริการร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต คือ ด้านอุปกรณ์ ได้แก่ ต้องการเพิ่มความเร็วในการเชื่อมต่อ ด้านราคา ได้แก่ ต้องการให้ลดอัตราค่าเช่าต่อชั่วโมงให้ถูกลง ด้านทำเลที่ตั้งและสถานที่ ได้แก่ ต้องการให้จัดบรรยากาศภายในร้าน ด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ ต้องการให้เพิ่มความหลากหลายของ การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ได้แก่ ต้องการให้เพิ่มความสามารถและความรู้ ความชำนาญของพนักงานในการให้คำแนะนำ

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

**FACTORS AFFECTING DECISION MAKING OF USING INTERNET IN INTERNET
SERVICE SHOPS IN LAMPHUN MUNICIPALITY,
LAMPHUN PROVINCE**

By

WATCHARA CHAIPOTHI

MAY 2003

Chairman: Associate Professor Jarat Kayai

Department/Faculty: Department of Agricultural Business Administration and Marketing,
Faculty of Agricultural Business

The objectives of research were to study the factors affecting decision making of using Internet in Internet service shops in Lamphun Municipality, Lamphun Province. This research studied the conditions of users, problems and demands of Internet users. The research used the questionnaires for collecting data from 384 Internet users of 21 Internet service shops by accidental sampling method, and all of questionnaires were returned completely. The data were analyzed with the use of the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

The results revealed that the Internet users were a group of students, female, with age between 15 - 19 years old in senior high school. The Internet users used Internet for 2-3 years at Internet service shops. They used the shops irregularly because of the unimpressed service and the unprofessional staff to suggest how to use it. Personal computers were out of date and a number was had not enough for the Internet users. The Internet users went to the shops irregularly, during 04.01 to 08.00 p.m. and spent about 30 minutes to 1 hour each, 1 to 2 times per week. Chat was the most favorite application, followed by using Internet for entertainment, astrology, super star news, games on line, searching and download programs such as mp3, songs, multimedia.

The factors affecting to decision making of using Internet service shops at a moderate level included service, price, place, promotions, and at a include high level: personal factors and other factors. The following factors affected decision making using Internet service shops: the amount of Personal Computer had enough to use, up to date, air-time rate, traffic, private partition, discount coupons, suggestions, staffs, suggestions on how to use Internet and entertainment.

The problems of using Internet were service – slow speed, price – unstable air - time rate, place – narrow space, communication – non distribution of discount condition leaflets, personnel – the unprofessional staff.

The demands of user included devices – the speed of Internet connecting, price – lower air - time rate, place – atmosphere in Internet service shop, promotions – varieties of promotions, personnel – developing knowledge and skills of Internet service shop's staff.