



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ขณะศรี มีโกที. (2554). พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของ  
ผู้ให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ).  
พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. อาจารย์ที่ปรึกษา :  
ดร.กิติมา ทามาลี, ดร.ปฐมพงศ์ ศุภเลิศ

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ ความ  
คิดเห็นของผู้ให้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการ และปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของ  
ผู้ให้บริการ 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ให้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ต และ  
ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ให้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ  
พฤติกรรมการใช้บริการ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของ  
ผู้ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ต และความคิดเห็นของผู้ให้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ตกับ  
ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างคือผู้ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่ ค่า  
เอฟ ค่าไคสแควร์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 15-19 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา  
ตอนปลาย/ปวช. เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 1,000  
บาท ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ประเภทการให้บริการคือเล่นเกมสัปดาห์เวลาในการใช้  
บริการส่วนใหญ่คือเวลา 15.01-18.00 น. วันที่ใช้บริการบ่อยครั้งที่สุดคือวันเสาร์และวันอาทิตย์ และ  
ค่าใช้จ่ายต่อครั้งคือ 31-40 บาท ส่วนความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ตโดยรวม  
ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการวางแผนการให้บริการ ด้านการจัดองค์กร และด้าน  
การจูงใจให้บริการ ส่วนด้าน การควบคุมการให้บริการผู้ให้บริการเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยใน  
การตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยรวมผู้ให้บริการมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณา  
จาก ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริม การให้บริการ และด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
ด้านราคา ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และ ด้านกระบวนการให้บริการผู้ให้บริการมีการตัดสินใจ  
อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ให้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และ  
รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแตกต่างกัน ส่วนผู้ให้บริการที่มีประเภทการใช้  
บริการ วันที่มาใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่างกัน มีปัจจัยในการตัดสินใจใช้  
บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้  
บริการร้านอินเทอร์เน็ต และความคิดเห็นของผู้ให้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ตมี  
ความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Kanest Meephokee. (2011). **Behavior and Factors of Customers for Using Services at Internet Shops in Phranakhon Si Ayutthaya Province**. Thesis for Master of Business Administration. (Business Administration). Phranakhon Si Ayutthaya : Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisory Committee : Dr. Kitima Tamalee and Dr. Pathompong Supalert.

## ABSTRACT

The purposes of the research were to : 1) study personal factors, behaviors for using the services, customers' opinions on management and factors for using the services at the internet shops; 2) compare the customers' opinion on the internet shops management; and factors affecting the decision-making to use the services classified by their personal factors and behaviors of using the services; 3) the relationship between personal factors and behaviors of using the services at the internet shops; and between the customers' opinion toward the shop management and the decision-making to use the services at the shops. The sample group consisted of 400 customers in Ayutthaya Province. Statistical analysis was performed in terms of percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, the Chi-square test, and Pearson Product Moment Correlation Coefficient (PMCC). Statistically significant level was set at .05.

The results revealed that most customers were male at the age between 15-19 years. They were students in high schools or vocational colleges. There were about 4 family members in their families. Their monthly income was below 1,000 baht. Most of them came to play games during 3.01 to 6.00 pm. They often came to the shops on weekends and spent about 31-40 baht for each visit. Their opinion on the management was at the highest level, regarding planning, organization and service attraction, while services control was viewed at a high level. The level of decision – making for using the services was high in terms of channel of service, promotion, service, and personnel, while that of product, price, location and facilities, and service procedure was at the highest level. Differences in gender, age, educational background occupation, number of family members and monthly income yielded a difference in the customers' management. Differences in type, date, time of services, and expense for each service resulted in different factors in using the services at the internet shops. Personal factors of the customers related to behaviors in using the services. The customers' opinion on management related to the factors in using the services at the internet shops.