



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการ และปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการ 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ต และปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต และความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ตกับปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างได้จากผู้ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ ค่าไคสแคว์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในบทนี้เสนอสาระสำคัญ ได้แก่ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 84.5 อายุ 15-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.3 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.คิดเป็นร้อยละ 45.8 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 65.3 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.3

2. พฤติกรรมการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการ พบว่า ประเภทการบริการส่วนใหญ่คือ เล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 68.5 ช่วงเวลาในการใช้บริการส่วนใหญ่คือ เวลา 15.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 39.5 วันที่ใช้บริการบ่อยครั้งที่สุดส่วนใหญ่คือวันเสาร์และวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 56.7 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งส่วนใหญ่คือ 31-40 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.5

3. ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ตโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ผู้มาใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด



ในด้านการวางแผนการให้บริการ ด้านการจัดองค์กร และด้านการจูงใจให้บริการ ส่วนด้านการควบคุมการให้บริการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

4. ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่าผู้มาใช้บริการมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการให้บริการ และด้านบุคลากร ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดลอม และด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด

5. การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นด้านการวางแผนการให้บริการ ด้านการจูงใจให้บริการ และด้านการควบคุมการให้บริการแตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน มีความคิดเห็นด้านการวางแผนการให้บริการ ด้านการจัดองค์กร ด้านการจูงใจให้บริการ และด้านการควบคุมการให้บริการแตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นด้านการจัดองค์กร ด้านการจูงใจให้บริการ และด้านการควบคุมการให้บริการแตกต่างกัน

6. การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีระดับการตัดสินใจในด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดลอมแตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดลอม และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน

7. การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีประเภทการให้บริการต่างกัน มีปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดลอม และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีวันที่มาใช้บริการต่างกัน มีปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดลอมแตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่างกัน มีปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดลอม และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน



8. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต พบว่า เพศของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับประเภทการให้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ ส่วนอายุ การศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับ ประเภทการให้บริการ ช่วงเวลาการให้บริการ วันที่ให้บริการบ่อยครั้งที่สุดและค่าใช้จ่ายต่อครั้ง

9. ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ตกับปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต พบว่า

9.1 ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการที่มีทิศทางเดียวกันกับปัจจัยการตัดสินใจ

9.1.1 ผู้ใช้บริการที่มีความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผนการ ให้บริการมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน คือ ระดับการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับ ปานกลาง (.541) และด้านราคาในระดับต่ำ (.389) และด้านกระบวนการให้บริการในระดับต่ำ (.363)

9.1.2 ผู้ใช้บริการที่มีความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการด้านการจัดองค์กรรม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน คือ ระดับการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง (.434) และด้านบุคลากรในระดับต่ำมาก (.103) และด้านกระบวนการให้บริการในระดับปานกลาง (.467)

9.1.3 ผู้ใช้บริการที่มีความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการด้านการจูงใจให้บริการ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน คือ ระดับการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับต่ำ (.353) และ ด้านราคาในระดับต่ำมาก (.145) และด้านส่งเสริมการให้บริการในระดับต่ำ (.222) และด้านบุคลากร ในระดับต่ำมาก (.136) และด้านกระบวนการให้บริการในระดับปานกลาง (.515)

9.1.4 ผู้ใช้บริการที่มีความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการด้านการควบคุมการ ให้บริการมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน คือ ระดับการตัดสินใจด้านกระบวนการให้บริการใน ระดับต่ำ (.231)

9.2 ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการที่มีทิศทางตรงกันข้ามกับปัจจัยการตัดสินใจ

9.2.1 ผู้ใช้บริการที่มีความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผนการ ให้บริการมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม คือ ด้านช่องทางการให้บริการในระดับต่ำมาก (-.178) และ ด้านบุคลากรในระดับต่ำ (-.262) และด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ (-.293)

9.2.2 ผู้ใช้บริการที่มีความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการด้านการจัดองค์กรรม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม คือ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมระดับต่ำมาก (-.145)

9.2.3 ผู้ใช้บริการที่มีความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการด้านการจูงใจใช้ บริการมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม คือ ด้านช่องทางการให้บริการในระดับต่ำ (-.132) และด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ (-.124)



9.2.4 ผู้ใช้บริการที่มีความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการด้านการควบคุมการให้บริการมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม คือ ด้านช่องทางการให้บริการในระดับต่ำ (-.295) และด้านบุคลากรในระดับต่ำมาก (-.152) และด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ (-.386)

## อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาครั้งนี้ ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตพบว่า เพศของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับประเภทการให้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ ส่วนอายุ การศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับประเภทการให้บริการ ช่วงเวลาการให้บริการ วันที่ให้บริการบ่อยครั้งที่สุดและค่าใช้จ่ายต่อครั้ง

โดยเมื่อวิเคราะห์โดยละเอียด พบว่า เพศของผู้มาใช้บริการต่างกัน มีประเภทการให้บริการและช่วงเวลาที่ให้บริการแตกต่างกัน อายุของผู้มาใช้บริการต่างกัน มีประเภทการให้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ วันที่ให้บริการบ่อยครั้งที่สุด และค่าใช้จ่ายต่อครั้งแตกต่างกัน การศึกษาของผู้มาใช้บริการต่างกัน มีประเภทการให้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ วันที่ให้บริการบ่อยครั้งที่สุด และค่าใช้จ่ายต่อครั้งแตกต่างกัน อาชีพของผู้มาใช้บริการต่างกัน มีประเภทการให้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ วันที่ให้บริการ และค่าใช้จ่ายต่อครั้งแตกต่างกัน จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้มาใช้บริการต่างกัน มีประเภทการให้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ วันที่ให้บริการบ่อยครั้งที่สุด และค่าใช้จ่ายต่อครั้งแตกต่างกัน รายได้ต่อเดือนของผู้มาใช้บริการต่างกัน มีประเภทการให้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ วันที่ให้บริการบ่อยครั้งที่สุด และค่าใช้จ่ายต่อครั้งแตกต่างกัน

2. ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ตกับปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต โดยอภิปรายผลได้ว่า

ความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผนการให้บริการมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ และที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านบุคลากร และด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการจัดองค์กรมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการมี



ความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ และที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการจูงใจใช้บริการมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการให้บริการมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ด้านราคา และด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก ด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามด้านช่องทางการให้บริการ และด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการควบคุมการให้บริการมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับระดับการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ และที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามด้านช่องทางการ และด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ตที่จะให้ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องมีการวางแผน การจัดองค์กร การจูงใจ และการควบคุม เพื่อให้มองเห็นถึงปัญหาต่าง ๆ และสามารถบริหารงานให้ได้ดี จึงเป็นผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของลูกค้า และปัจจัยต่าง ๆ ในมีผลต่อการตัดสินใจนั้นก็ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการให้บริการ บุคลากร อาคารสถานที่ และกระบวนการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้มาใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2546 : 41) เรื่องแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับใช้

ผู้ให้บริการพิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการให้บริการ มากที่สุด และจากความสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตควรให้ความสำคัญในเรื่อง ประเภทการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ส่วนอายุ การศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับประเภทการใช้บริการ ช่วงเวลาการใช้บริการ วันที่ใช้บริการบ่อยครั้งที่สุดและค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และควรเพิ่มความเร็วของระบบอินเทอร์เน็ต ควรเพิ่มความรวดเร็วในการเปิดใช้โปรแกรมหรือเกมส์ ควรเพิ่มประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

190

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเรื่อง ความต้องการและความคาดหวัง ที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดอื่น ๆ

2.2 ควรมีการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพและความพึงพอใจในการให้บริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา