

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ดครั้งนี้ ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่จะนำมาเสนอตามลำดับต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิจัยครั้งนี้ มีสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
T	แทน	ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบค่าวิกฤตเพื่อทราบความมีนัยสำคัญ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 384 ฉบับ ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เสนอข้อมูลเป็นตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้การวิเคราะห์สถิติทดสอบที่ (*t-test*)

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์เป็นจุดประสงค์ เพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาของการใช้ของลูกค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ปรากฏผลดังตารางที่ 5-10

ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละของเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	234	60.90
1.2 หญิง	150	39.10
รวม	384	100.00
2. อายุ		
2.1 0-15 ปี	177	46.10
2.2 16-20 ปี	130	33.90
2.3 21-25 ปี	24	6.30
2.4 26-30 ปี	35	9.10
2.5 31-35 ปี	5	1.30
2.6 36-40 ปี	13	3.30
รวม	384	100.00
3. อาชีพ		
3.1 นักเรียน /นักศึกษา	317	83.33
3.2 ค้าขาย	22	5.73
3.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	2.34
3.4 ข้าราชการ	13	3.39
3.5 อาชีพอิสระ	8	2.08
3.6 อื่น ๆ	12	3.13
รวม	384	100.00

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ประถมศึกษา	78	20.30
4.2 มัธยมศึกษาตอนต้น	117	30.50
4.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	60	15.60
4.4 อนุปริญญา / ปวส.	50	13.00
4.5 ปริญญาตรี	71	18.50
4.6 สูงกว่าปริญญาตรี	8	2.10
รวม	384	100.00
5. วัตถุประสงค์ของการใช้บริการ		
5.1 สืบค้นข้อมูล	166	43.23
5.2 การรับส่งอีเมลล์	152	39.58
5.3 เล่นเกมส์	302	78.65
5.4 พิมพ์งาน	99	25.78
5.5 สนทนาออนไลน์	152	39.58
5.6 อื่นๆ	19	4.95

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.90 มีอายุระหว่าง 10-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.10 ยังเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 83.33 และส่วนใหญ่กำลังศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 30.50 ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 56.62

ตารางที่ 6 วัตถุประสงค์ของการใช้บริการจำแนกตามขนาดร้านอินเทอร์เน็ต

ตัวแปร/รายการ	ขนาดใหญ่		ขนาดเล็ก		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สืบค้นข้อมูล	90	54.22	76	45.78	166	43.23
2. การรับส่งอีเมลล์	78	51.32	74	48.68	152	39.58
3. เล่นเกมส์	171	56.62	131	43.38	302	78.65
4. พิมพ์งาน	50	50.51	49	49.49	99	25.78
5. สนทนาออนไลน์	81	53.29	71	46.71	152	39.58
6. อื่นๆ	10	52.63	9	47.37	19	4.95

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในภาพรวม มีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 56.62 รองลงมาได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 54.22 และการรับส่งอีเมลล์และสนทนาออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 39.58 เมื่อจำแนกตามขนาดของร้าน พบว่า

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีขนาดใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 56.62 รองลงมาได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 54.22 และเพื่อสนทนาออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 53.29 ตามลำดับ

ส่วนลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีขนาดเล็ก มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 43.38 รองลงมาได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 45.78 และเพื่อการรับส่งอีเมลล์ คิดเป็นร้อยละ 48.68 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 วัตถุประสงค์ของการใช้บริการจำแนกตามเพศ

ตัวแปร/รายการ	ชาย		หญิงขนาดเล็ก		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สืบค้นข้อมูล	59	35.54	107	64.46	166	43.23
2. การรับส่งอีเมลล์	61	40.13	91	59.87	152	39.58
3. เล่นเกมส์	206	68.21	96	31.79	302	78.65
4. พิมพ์งาน	35	35.35	64	64.65	99	25.78
5. สนทนาออนไลน์	57	37.50	95	62.50	152	39.58
6. อื่นๆ	3	15.79	16	84.21	19	4.95

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ในภาพรวม มีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 78.65 รองลงมาได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 43.23 และการรับส่งอีเมลล์และสนทนาออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 39.58 เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตเพศชาย มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 68.21 รองลงมาได้แก่ รับส่งอีเมลล์ คิดเป็นร้อยละ 40.13 และเพื่อสืบค้นข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 35.54 ตามลำดับ

ส่วนลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตหญิง มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสืบค้นข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 64.46 รองลงมาได้แก่ เล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 31.79 และสนทนาออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 62.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 วัตถุประสงค์ของการใช้บริการจำแนกตามอายุ

ตัวแปร/รายการ	10-15 ปี		16-20 ปี		21-25 ปี		26-30 ปี		31-35 ปี		36-40 ปี		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สืบค้นข้อมูล	27	16.27	82	49.40	20	12.05	28	16.87	2	1.20	7	4.22	166	43.23
2. การรับส่งอีเมลล์	22	14.47	77	50.66	20	13.16	19	12.50	3	1.97	11	7.24	152	39.58
3. เล่นเกมส์	169	55.96	102	33.77	14	4.64	11	3.64	1	0.33	5	1.66	302	78.65
4. พิมพ์งาน	23	23.23	49	49.49	10	10.10	15	15.15	0	0	2	2.02	99	25.78
5. สนทนาออนไลน์	37	24.34	64	42.11	16	10.53	26	17.11	4	2.63	5	3.29	152	39.58
6. อื่นๆ	2	10.53	7	36.84	6	31.58	4	21.05	0	0	0	0	19	4.95

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 384 คน ส่วนใหญ่ในภาพรวม มีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ จำนวน 302 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 166 คน และการรับส่งอีเมลล์และสนทนาออนไลน์ จำนวน 152 คนเท่ากัน เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 10-15 ปี จำนวน 177 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ จำนวน 169 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 37 คน และเพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 27 คน ตามลำดับ

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 16-20 ปี จำนวน 130 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ จำนวน 102 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 82 คน และเพื่อการรับส่งอีเมลล์ จำนวน 77 คน ตามลำดับ

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี จำนวน 24 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสืบค้นข้อมูลและการรับส่งอีเมลล์ จำนวน 20 คนเท่านั้น รองลงมาได้แก่ เพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 16 คน และเล่นเกมส์ จำนวน 14 คน ตามลำดับ

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี จำนวน 35 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 28 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 26 คน และเพื่อรับส่งอีเมลล์ จำนวน 19 คน ตามลำดับ

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 31 - 35 ปี จำนวน 5 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 4 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อรับส่งอีเมลล์ จำนวน 3 คน และเพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 4 คน ตามลำดับ

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 36 - 40 ปี จำนวน 13 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อรับส่งอีเมลล์ จำนวน 11 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 7 คน และเพื่อเล่นเกมส์และเพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 5 คนเท่านั้น ตามลำดับ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT SAKON NAKHON UNIVERSITY

ตารางที่ 9 วัตถุประสงค์ของการใช้บริการจำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร/รายการ	นักเรียน/นักศึกษา		ก๊วยชัว		พนักงานรัฐวิสาหกิจ		ข้าราชการ		อาชีพอิสระ		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สืบค้นข้อมูล	120	73.62	13	7.98	4	2.45	11	6.75	3	1.84	12	7.36	166	43.23
2. การรับส่งอีเมลล์	109	73.15	18	12.08	9	6.04	6	4.03	2	1.34	5	3.36	152	39.58
3. เล่นเกมส์	280	92.72	10	3.31	5	1.66	5	1.66	0	0	2	0.66	302	78.65
4. พิมพ์งาน	78	78.79	8	8.08	2	2.02	7	7.07	2	2.02	2	2.02	99	25.78
5. สนทนาออนไลน์	112	75.17	16	10.74	2	1.34	8	5.37	7	4.70	4	2.68	152	39.58
6. อื่นๆ	9	47.37	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5.26	19	4.95

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 384 คน ภาพรวมส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ จำนวน 302 คน รองลงมา ได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 166 คน และการรับส่งอีเมลล์และสนทนาออนไลน์ จำนวน 152 คนเท่ากัน เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 317 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ จำนวน 280 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 120 คน และเพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 112 คน ตามลำดับ

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพค้าขาย จำนวน 22 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อรับส่งอีเมลล์ จำนวน 18 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 16 คน และเพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 13 คน ตามลำดับ



ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ การรับส่งอีเมลล์ จำนวน 9 คน รองลงมาได้แก่ เล่นเกมส์ จำนวน 5 คน และเพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 4 คน ตามลำดับ

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพราชการ จำนวน 13 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 11 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 8 คน และเพื่อพิมพ์งาน จำนวน 7 คน ตามลำดับ

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพอิสระ จำนวน 8 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 7 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 3 คน และเพื่อการรับส่งอีเมลล์และเพื่อพิมพ์งาน จำนวน 2 คนเท่ากัน

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพอื่นๆ จำนวน 12 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 12 คน รองลงมาได้แก่ มีวัตถุประสงค์ อื่นๆ จำนวน 10 คน และเพื่อรับส่งอีเมลล์ จำนวน 5 คน ตามลำดับ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 10 วัตถุประสงค์ของการใช้บริการด้านตามระดับการศึกษา

ตัวแปร/รายการ	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.		อนุปริญญา / ปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สืบค้นข้อมูล	0	0.00	38	22.89	30	18.07	27	16.27	64	38.55	7	4.22	166	43.23
2. การรับส่งอีเมลล์	6	3.95	21	13.82	27	17.76	37	24.34	56	36.84	5	3.29	152	39.58
3. เล่นเกมส์	78	25.83	105	34.77	39	12.91	28	9.27	51	16.89	1	0.33	302	78.65
4. พิมพ์งาน	6	6.06	21	21.21	12	12.12	27	27.27	30	30.30	3	3.03	99	25.78
5. สนทนาออนไลน์	10	6.58	36	23.68	22	14.47	43	28.29	38	25.00	3	1.97	152	39.58
6. อื่นๆ	0	0.00	2	10.53	4	21.05	0	0.00	13	68.42	0	0.00	19	4.95

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 384 คน ภาพรวมส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ จำนวน 302 คน รองลงมา ได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 166 คน และการรับส่งอีเมลล์และสนทนาออนไลน์ จำนวน 152 คนเท่ากัน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 78 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ จำนวน 78 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 10 คน และเพื่อรับส่งอีเมลล์และเพื่อพิมพ์งาน จำนวน 6 คนเท่ากัน

ถูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 117 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ จำนวน 105 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 38 คน และเพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 36 คน ตามลำดับ

ถูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 60 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ จำนวน 39 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 30 คน และเพื่อการรับส่งอีเมลล์ จำนวน 27 คน ตามลำดับ

ถูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 50 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 43 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อการรับส่งอีเมลล์ จำนวน 37 คน และเพื่อเล่นเกมส์ จำนวน 28 คน ตามลำดับ

ถูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 71 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 64 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อการรับส่งอีเมลล์ จำนวน 56 คน และเพื่อเล่นเกมส์ จำนวน 51 คน ตามลำดับ

ถูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 7 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อการรับส่งอีเมลล์ จำนวน 5 คน และเพื่อพิมพ์งานและเพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 3 คนเท่ากัน

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ปรากฏผลดังตารางที่ 11-18

ตารางที่ 11 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมและรายด้าน

รายการส่วนประสมทางการตลาด	ความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับ
1. ผลิตภัณฑ์	4.23	.50	มาก	1
2. ราคา	4.11	.46	มาก	2
3. สถานที่	4.08	.36	มาก	3
4. การส่งเสริมการตลาด	3.84	.32	มาก	7
5. บุคลากรหรือพนักงาน	3.93	.45	มาก	6
6. ลักษณะทางกายภาพ	3.96	.34	มาก	5
7. กระบวนการให้บริการ	4.08	.39	มาก	3
รวม	4.02	.17	มาก	-

จากตาราง 11 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.02, S.D.=0.17$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}=4.23, S.D.=0.50$ ) รองลงมาได้แก่ ด้านราคา ( $\bar{X}=4.11, S.D.=0.46$ ) และด้านสถานที่ ( $\bar{X}=4.08, S.D.=0.36$ ) กับด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{X}=4.08, S.D.=0.39$ ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากันตามลำดับ

ตารางที่ 12 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านผลิตภัณฑ์

รายการส่วนประสมทางการตลาด	ความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>				
1. สภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมใช้งาน	4.20	.71	มาก	4
2. อุปกรณ์ที่ครบครันและเพียงพอตามความต้องการของลูกค้า	4.20	.69	มาก	4
3. ลูกค้าสามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้อย่างต่อเนื่อง	4.27	.68	มาก	2
4. ความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต	4.24	.72	มาก	3
5. อุปกรณ์มีความทันสมัย	4.29	.71	มาก	1
6. อุปกรณ์ที่ให้บริการภายในร้านได้มาตรฐาน	4.16	.76	มาก	5
รวม	4.23	.50	มาก	-

จากตาราง 12 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจของการมีส่วนร่วมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านผลิตภัณฑ์ มากเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ อุปกรณ์มีความทันสมัย ( $\bar{X} = 4.29, S.D.=0.71$ ) รองลงมาได้แก่ ลูกค้าสามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้อย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 4.27, S.D.=0.68$ ) และความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ( $\bar{X} = 4.24, S.D.=0.72$ ) ตามลำดับ ส่วนประเด็นที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ อุปกรณ์ที่ให้บริการภายในร้านได้มาตรฐาน ( $\bar{X} = 4.16, S.D.=0.76$ )

ตารางที่ 13 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมประสมทางการตลาดบริการของร้าน  
อินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านราคา

รายการส่วนประสมทางการตลาด	ความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับ
<b>ด้านราคา</b>				
1. คิดค่าบริการตามเวลาที่ใช้จริง	4.08	.85	มาก	3
2. คิดค่าบริการเหมาะสมกับเวลาที่ใช้บริการ	3.98	.69	มาก	4
3. คิดป้ายบอกราคาชัดเจน	4.39	.61	มาก	1
4. แจ้งล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงค่าบริการ	3.95	.79	มาก	5
5. ราคาที่ถูกกว่าร้านอื่น	4.14	.79	มาก	2
รวม	4.11	.46	มาก	-

จากตาราง 13 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจของการมีส่วนร่วมประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านราคา มากเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ การคิดป้ายบอกราคาชัดเจน ( $\bar{X} = 4.39$ , S.D. = 0.61) รองลงมาได้แก่ ราคาที่ถูกกว่าร้านอื่น ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 0.79) และการคิดค่าบริการตามเวลาที่ใช้จริง ( $\bar{X} = 4.08$ , S.D. = 0.85) ตามลำดับ ประเด็นที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ การแจ้งล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงค่าบริการ ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = 0.79)

ตารางที่ 14 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของร้าน  
อินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสถานที่

รายการส่วนประสมทางการตลาด	ความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับ
<b>ด้านสถานที่</b>				
1. ตั้งในแหล่งชุมชน	4.13	.84	มาก	2
2. ตั้งในบริเวณที่มีความปลอดภัย	3.53	.77	มาก	6
3. ที่ตั้งใกล้ที่พักรถ	3.59	.68	มาก	5
4. ที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน/สถาบันการศึกษา	3.47	.55	ปานกลาง	7
5. อยู่ในเส้นทางที่สัญจรเป็นประจำ	4.19	.74	มาก	1
6. ที่ตั้งเด่น / เห็น ได้ชัดเจน	3.71	.82	มาก	4
7. มีที่จอดรถเพียงพอ	4.02	.80	มาก	3
รวม	4.08	.36	มาก	-

จากตาราง 14 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสถานที่ มากเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ อยู่ในเส้นทางที่สัญจรเป็นประจำ ( $\bar{X} = 4.19, S.D. = 0.74$ ) รองลงมาได้แก่ ตั้งในแหล่งชุมชน ( $\bar{X} = 4.13, S.D. = 0.84$ ) และมีที่จอดรถเพียงพอ ( $\bar{X} = 4.02, S.D. = 0.80$ ) ตามลำดับ ประเด็นที่ลูกค้ามีความสนใจปานกลาง ได้แก่ มีที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน/สถาบันการศึกษา ( $\bar{X} = 3.47, S.D. = 0.55$ )

ตารางที่ 15 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้าน  
อินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการส่งเสริมการตลาด

รายการส่วนประสมทางการตลาด	ความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับ
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>				
1. มีการจัดรายการวิทยุส่งเสริมการขายโดยให้ ส่วนลดแก่ลูกค้า	3.97	.74	มาก	3
2. มีส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ	4.03	.71	มาก	2
3. มีส่วนลดพิเศษของนาฬิกา	4.08	.75	มาก	1
4. การสร้างความแตกต่างจากร้านอื่นในการ ให้บริการ	3.57	.79	มาก	6
5. มีการสมนาคุณลูกค้า	3.76	.67	มาก	5
6. กำหนดค่าบริการเหมาะสมกับระดับการ ให้บริการ	3.84	.83	มาก	4
7. มีการจัดโฆษณาของร้านอย่างต่อเนื่อง	4.03	.76	มาก	2
รวม	3.84	.32	มาก	-

จากตาราง 15 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาด  
บริการของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านส่งเสริมการตลาด มากเป็นอันดับที่ 1  
ได้แก่ มีส่วนลดพิเศษของนาฬิกา ( $\bar{X} = 4.08, S.D. = 0.75$ ) รองลงมาได้แก่ มีส่วนลดสำหรับ  
ลูกค้าประจำ ( $\bar{X} = 4.03, S.D. = 0.71$ ) ก็มีการจัดโฆษณาของร้านอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 4.03,$   
 $S.D. = 0.76$ ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และมีการจัดรายการวิทยุส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลดแก่ลูกค้า  
( $\bar{X} = 3.97, S.D. = 0.74$ ) ตามลำดับ ประเด็นที่ลูกค้ามีความสนใจน้อยที่สุด ได้แก่ การสร้าง  
ความแตกต่างจากร้านอื่นในการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.57, S.D. = 0.79$ )



ตารางที่ 16 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมทางการตลาดบริการของร้าน  
อินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน

รายการส่วนประสมทางการตลาด	ความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับ
<b>ด้านบุคลากรหรือพนักงาน</b>				
1. พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย	4.27	.66	มาก	1
2. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง	4.22	.61	มาก	2
3. พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.14	.71	มาก	3
4. พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ	4.03	.67	มาก	4
5. ความสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้า ของพนักงาน	4.22	.68	มาก	2
รวม	3.93	.45	มาก	-

จากตาราง 16 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจของการมีส่วนร่วมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน มากเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย ( $\bar{X} = 4.27, S.D. = 0.66$ ) รองลงมาได้แก่ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง ( $\bar{X} = 4.22, S.D. = 0.61$ ) กับความสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าของพนักงาน ( $\bar{X} = 4.22, S.D. = 0.6$ ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และพนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.14, S.D. = 0.74$ ) ตามลำดับ ประเด็นที่ลูกค้ามีความสนใจน้อยที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.03, S.D. = 0.67$ )

ตารางที่ 17 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้าน  
อินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านลักษณะทางกายภาพ

รายการส่วนประสมทางการตลาด	ความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับ
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>				
1. มีแสงสว่างเพียงพอ	4.12	.75	มาก	4
2. มีบริการน้ำดื่มไว้สำหรับลูกค้า	4.15	.72	มาก	3
3. บริเวณภายในร้านมีความสะอาด	4.34	.66	มาก	1
4. มีห้องน้ำสะอาดบริการลูกค้า	3.71	.79	มาก	7
5. มีความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ	4.15	.68	มาก	3
6. มีบริการขายเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว	4.23	.69	มาก	2
7. การจัดตกแต่งร้านที่สวยงามทันสมัย	3.99	.61	มาก	5
8. มีบรรยากาศที่เย็นสบาย	3.89	.64	มาก	6
9. มีแม่บ้านดูแลความสะอาดตลอดเวลา	4.12	.73	มาก	4
รวม	3.96	.39	มาก	-

จากตาราง 17 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านลักษณะทางกายภาพ มากที่สุดอันดับที่ 1 ได้แก่ บริเวณภายในร้านมีความสะอาด ( $\bar{X} = 4.34, S.D. = 0.66$ ) รองลงมาได้แก่ มีบริการขายเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว ( $\bar{X} = 4.23, S.D. = 0.69$ ) และมีบริการน้ำดื่มไว้สำหรับลูกค้า ( $\bar{X} = 4.15, S.D. = 0.72$ ) กับมีความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ ( $\bar{X} = 4.15, S.D. = 0.68$ ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากันตามลำดับ ประเด็นที่ลูกค้ามีความสนใจน้อยที่สุด ได้แก่ มีห้องน้ำสะอาดบริการลูกค้า ( $\bar{X} = 3.71, S.D. = 0.79$ )

ตารางที่ 18 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านกระบวนการให้บริการ

รายการส่วนประสมทางการตลาด	ความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับ
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>				
1. มีขั้นตอนการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นระบบ	3.91	.63	มาก	3
2. ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.01	.74	มาก	2
3. มีการให้บริการตามลำดับก่อน - หลัง	3.80	.65	มาก	4
4. พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.80	.67	มาก	4
5. ให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเสมอภาค	4.07	.72	มาก	1
รวม	4.08	.39	มาก	-

จากตาราง 18 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจของการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านกระบวนการให้บริการ มากเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ การให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเสมอภาค ( $\bar{X} = 4.07, S.D. = 0.72$ ) รองลงมาได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.01, S.D. = 0.74$ ) และ มีขั้นตอนการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นระบบ ( $\bar{X} = 3.91, S.D. = 0.63$ ) ตามลำดับ ประเด็นที่ลูกค้ามีความสนใจน้อยที่สุด ได้แก่ มีการให้บริการตามลำดับก่อน - หลัง ( $\bar{X} = 3.80, S.D. = 0.65$ ) และพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการแก่ลูกค้า ( $\bar{X} = 3.80, S.D. = 0.67$ ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

จากตาราง 12 - 18 สรุปได้ว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจของการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด คือ การคิดป้ายบอกราคาชัดเจน มากเป็นอันดับที่ 1 ( $\bar{X} = 4.39, S.D. = 0.61$ ) รองลงมาได้แก่บริเวณภายในร้านมีความสะอาด ( $\bar{X} = 4.34, S.D. = 0.66$ ) และอุปกรณ์มีความทันสมัย ( $\bar{X} = 4.29, S.D. = 0.71$ ) ส่วนประเด็นที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน/สถาบันการศึกษา ( $\bar{X} = 3.47, S.D. = 0.55$ )

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้การวิเคราะห์สถิติทดสอบที่ (*t-test*) ปรากฏผลดังตารางที่ 13-14

ตารางที่ 19 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามขนาดร้านอินเทอร์เน็ต โดยรวมและรายด้าน

รายการส่วนประสมทางการตลาด	ขนาดเล็ก		ขนาดใหญ่		F	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ผลិតภัณฑ์	4.22	.52	4.23	.46	1.01	.32
2. ราคา	4.09	.46	4.13	.47	.68	.41
3. สถานที่	3.84	.33	3.84	.32	.32	.57
4. การส่งเสริมการตลาด	3.96	.34	3.95	.34	.01	.94
5. บุคลากรหรือพนักงาน	4.08	.35	4.08	.38	1.14	.29
6. ลักษณะทางกายภาพ	4.08	.39	4.07	.39	.023	.87
7. กระบวนการให้บริการ	3.95	.46	3.92	.43	.62	.43
รวม	4.02	.17	4.02	.17	.26	.61

จากตาราง 19 พบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 20 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด จำแนก ตามขนาดร้านอินเทอร์เน็ตเป็นรายชื่อ

รายการส่วนประสมทางการตลาด	ขนาดเล็ก		ขนาดใหญ่		F	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b>						
1.1 สภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมใช้งาน	4.20	.71	4.20	.71	.02	.90
1.2 อุปกรณ์ที่ครบครันและเพียงพอตามความต้องการของลูกค้า	4.20	.69	4.20	.70	.04	.85
1.3 ลูกค้าสามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้อย่างต่อเนื่อง	4.27	.68	4.27	.68	.00	.97
1.4 ความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต	4.20	.75	4.29	.68	.07	.79
1.5 อุปกรณ์มีความทันสมัย	4.31	.71	4.27	.71	.14	.71
1.6 อุปกรณ์ที่ให้บริการภายในร้านได้มาตรฐาน	4.14	.76	4.18	.75	.00	.99
<b>2. ด้านราคา</b>						
2.1 คิดค่าบริการตามเวลาที่ใช้จริง	4.05	.87	4.13	.81	.00	.96
2.2 คิดค่าบริการเหมาะสมกับเวลาที่ใช้บริการ	3.91	.70	4.07	.69	.18	.67*
2.3 คิดค่าบริการราคาชัดเจน	4.39	.62	4.40	.60	.14	.71
2.4 แจ้งล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงค่าบริการ	3.95	.79	3.95	.79	.01	.93
2.5 ราคาที่ถูกกว่าร้านอื่น	4.16	.78	4.11	.81	.08	.78
<b>3. ด้านสถานที่</b>						
3.1 ตั้งในแหล่งชุมชน	4.13	.81	4.12	.87	1.15	.28
3.2 ตั้งในบริเวณที่มีความปลอดภัย	3.53	.75	3.53	.80	.77	.38
3.3 ที่ตั้งใกล้ที่พำนักอาศัย	3.60	.69	3.58	.67	.06	.81
3.4 ที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน/สถานการศึกษา	3.47	.55	3.48	.56	.05	.83
3.5 อยู่ในเส้นทางที่สัญจรเป็นประจำ	4.19	.73	4.20	.74	.04	.84
3.6 ที่ตั้งเด่น/เห็นได้ชัดเจน	3.70	.84	3.72	.81	.50	.48

รายการส่วนประสมทางการตลาด	ขนาดเล็ก		ขนาดใหญ่		F	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
<b>3. ด้านสถานที่ (ต่อ)</b>						
3.7 มีที่จอดรถเพียงพอ	4.05	.80	3.98	.80	.13	.72
<b>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>						
4.1 มีการจัดรายการวิทยุส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลดแก่ลูกค้า	4.00	.73	3.94	.75	.73	.39
4.2 มีส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ	4.04	.72	4.03	.71	.06	.82
4.3 มีส่วนลดพิเศษของนาฬิกา	4.07	.75	4.09	.76	.16	.69
4.4 การสร้างความแตกต่างจากร้านอื่นในการให้บริการ	3.58	.78	3.55	.80	.31	.58
4.5 มีการสมนาคุณลูกค้า	3.76	.67	3.76	.68	.23	.64
4.6 กำหนดค่าบริการเหมาะสมกับระดับการให้บริการ	3.86	.82	3.80	.85	1.07	.30
4.7 มีการจัดโฆษณาของร้านอย่างต่อเนื่อง	4.04	.76	4.02	.76	.00	.98
<b>5. ด้านบุคลากรหรือพนักงาน</b>						
5.1 พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย	4.27	.65	4.28	.68	.61	.43
5.2 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง	4.21	.61	4.24	.61	.26	.61
5.3 พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.15	.70	4.12	.72	.03	.86
5.4 พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ	4.04	.66	4.02	.68	.05	.83
5.5 ความสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าของพนักงาน	4.22	.66	4.22	.71	1.57	.21
<b>6. ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>						
6.1 มีแสงสว่างเพียงพอ	4.12	.74	4.12	.77	1.06	.30
6.2 มีบริการน้ำดื่มไว้สำหรับลูกค้า	4.14	.72	4.16	.72	.02	.90
6.3 บริเวณภายในร้านมีความสะอาด	4.33	.66	4.36	.67	.06	.81
6.4 มีห้องน้ำสะอาดบริการลูกค้า	3.72	.78	3.70	.79	.04	.85

รายการส่วนประสมทางการตลาด	ขนาดเล็ก		ขนาดใหญ่		F	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (ต่อ)						
6.5 ี่มีความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ	4.15	.68	4.14	.69	.01	.93
6.6 ี่มีบริการขายเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว	4.21	.69	4.25	.70	.23	.63
6.7 ี่การจัดตกแต่งร้านที่สวยงามทันสมัย	4.00	.59	3.96	.63	1.47	.23
6.8 ี่มีบรรยากาศที่เย็นสบาย	3.88	.64	3.91	.64	.24	.63
	4.13	.74	4.12	.73	.00	.96
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด						
7.1 ี่มีขั้นตอนการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นระบบ	3.90	.63	3.92	.62	.31	.58
7.2 ี่ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.00	.74	4.03	.73	.03	.86
7.3 ี่มีการให้บริการตามลำดับก่อน – หลัง	3.82	.65	3.78	.65	.13	.72
7.4 ี่พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.82	.68	3.76	.66	.00	.99
7.5 ี่ให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเสมอภาค	4.07	.72	4.07	.72	.09	.77

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด กับการคิดค่าบริการเหมาะสมกับเวลาที่ให้บริการ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ส่วนประเด็นที่เหลือออกนั้นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ