

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งผลจากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำ มาสรุปผล อภิปรายผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล นอกจากนั้นยังได้มีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย โดยมีรายละเอียดตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัย
2. สมมติฐานของการวิจัย
3. วิธีดำเนินการวิจัย
4. สรุปผลการวิจัย
5. อภิปรายผล
6. ข้อเสนอแนะ

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

#### สมมติฐานของการวิจัย

1. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับมาก
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์เครื่องคอมพิวเตอร์ 2) ราคาค่าบริการ 3) ท่าเลที่ตั้งของร้านอินเทอร์เน็ต 4) การส่งเสริมการตลาด 5) รูปแบบการให้บริการ 6) ขนาดของร้านอินเทอร์เน็ต 7) สภาพแวดล้อมของร้านอินเทอร์เน็ต มีผลต่อ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับมาก

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวนทั้งหมด 2,900 คน โดยการสำรวจข้อมูลผู้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 352 คน ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนดังกล่าว ผู้วิจัยได้มาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณตามวิธีของทาโร ยามาเน่ แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายด้วยวิธีการจับฉลากโดยไม่ใส่คืนจำนวนร้านอินเทอร์เน็ต 145 ร้าน เมื่อได้รายชื่อร้านอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยไปเก็บแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการในร้านอินเทอร์เน็ตในร้านนั้นด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยร้านละ 3 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กระจายครอบคลุมทุกพื้นที่

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเพื่อหาคุณภาพด้านความเที่ยงตรง ปรับปรุงแก้ไข และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลอง ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา โดยนำไปทดลองเก็บข้อมูลกับผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอกันทรวิชัย จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง พร้อมด้วยผู้ช่วยวิจัย 5 คน ซึ่งผู้ช่วยวิจัยทั้งหมดได้ทำความเข้าใจในวิธีการเก็บข้อมูลและทำความเข้าใจในแบบสอบถาม ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามกับผู้ที่มาใช้บริการในร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นประชากรเป้าหมาย โดยการเก็บแบบบังเอิญ จำนวน 352 ชุด มาตรวจสอบความสมบูรณ์และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักสถิติต่อไป

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมทั้งหมด 352 ชุด นำไปวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลมาบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ตามลำดับดังต่อไปนี้

4.1 ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษาปัจจุบัน (แบบสอบถามตอนที่ 1) โดยวิธีการหาค่าความถี่แล้วสรุปออกมาเป็นคำร้อยละ

4.2 ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัยจากแบบสอบถามตอนที่ 2 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

4.3 ขั้นตอนที่ 3 การทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงแบบกำหนดตัวแปรเข้าไปในสมการทั้งหมด ซึ่งเป็นวิธีทางสถิติที่แสดงค่าตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ที่มีต่อตัวแปรตามอีกตัว เมื่อทราบค่าต่าง ๆ ของตัวแปรอิสระ (X) จำนวน 7 ตัว และนำผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

4.4 ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายเปิด และสรุปผลการวิจัย จากแบบสอบถามตอนที่ 4 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

## สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 75.60 มีอายุระหว่าง 15 - 20 ปี จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 81.50 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 59.70 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการได้รับการบริการอย่างทันเวลา ( $\bar{X} = 3.96$ ) ด้านการได้รับการบริการอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 3.96$ ) ด้านการได้รับการบริการอย่างเพียงพอ ( $\bar{X} = 3.95$ ) การได้รับการบริการอย่างเสมอภาค ( $\bar{X} = 3.95$ ) และด้านการรับบริการอย่างก้าวหน้า ( $\bar{X} = 3.95$ ) ตามลำดับ ผู้วิจัยได้นำเสนอตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยเป็นรายด้าน ดังนี้

2.1 ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านการได้รับการบริการอย่างเสมอภาค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ร้านอินเทอร์เน็ตมีพนักงานมีการให้บริการลูกค้าตามลำดับก่อนหลัง ( $\bar{X} = 3.9$ ) ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวก รวดเร็วเมื่อมาใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.95$ ) และร้านอินเทอร์เน็ตมีพนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยมาตรฐานเดียวกัน ( $\bar{X} = 3.94$ ) ตามลำดับ

2.2 ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านการได้รับการบริการอย่างทันเวลา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ และมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ( $\bar{X} = 3.96$ )

2.3 ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านการได้รับการบริการอย่างเพียงพอ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ร้านอินเทอร์เน็ตมีระยะเวลาในการให้บริการอย่างเหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.96$ ) ร้านอินเทอร์เน็ตมีอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการให้บริการเพียงพอกับความต้องการ

ของผู้ใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.96$ ) และร้านอินเทอร์เน็ตเน็ตมีสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสมกับความ  
ต้องการของผู้ใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.95$ ) ตามลำดับ

2.4 ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตเน็ตมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้าน  
อินเทอร์เน็ตเน็ตด้านการได้รับการบริการอย่างต่อเนื่อง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ) เมื่อ  
พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้  
ดังนี้ ร้านอินเทอร์เน็ตเน็ตมีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ( $\bar{X} = 3.96$ ) ร้านอินเทอร์เน็ตเน็ตมีการให้  
บริการโดยยึดประโยชน์และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ( $\bar{X} = 3.96$ ) ร้านอินเทอร์เน็ตเน็ตมี  
พนักงานที่มีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและเตรียมความพร้อมในการบริการ ( $\bar{X} = 3.95$ )  
ตามลำดับ

2.5 ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตเน็ตมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้าน  
อินเทอร์เน็ตเน็ตด้านการได้รับการบริการอย่างก้าวหน้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ) เมื่อ  
พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้  
ดังนี้ ร้านอินเทอร์เน็ตเน็ตมีพนักงานที่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ( $\bar{X} = 3.95$ ) ร้านอินเทอร์เน็ต  
มีพนักงานที่น่าเชื่อถือและมีความสามารถในการบริการ สร้างความมั่นใจในการใช้บริการ  
( $\bar{X} = 3.95$ ) และร้านอินเทอร์เน็ตเน็ตมีการปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพการให้บริการอยู่เสมอ  
( $\bar{X} = 3.95$ ) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความ  
พึงพอใจในของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า  
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขต  
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีจำนวนทั้งหมด 5 ตัวแปร คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เครื่อง  
คอมพิวเตอร์ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของร้านอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านรูปแบบการให้บริการ ปัจจัย  
ด้านขนาดของร้านอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของร้านอินเทอร์เน็ต มีผลต่อความ  
พึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.873  
ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายการผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 87.00 อย่างมีนัย  
สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ คือ  $Y = a + b_1(x_1) + b_2(x_2) + b_3(x_3) + b_4(x_4) +$

$b_5(x_5) + b_6(x_6) + b_7(x_7)$

แทนค่าในสูตร  $Y = 0.375 + 0.098 X_1 + 0.744 X_2 + 0.202 X_3 + 0.308 X_4 + 0.322 X_5 +$

$0.343 X_6 + 0.098 X_7$

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ  $Z = \beta_1 Z_1 + \beta_2 Z_2 + \beta_3 Z_3, \dots + \beta_7 Z_7$

แทนค่าในสูตร  $Z = 0.194 + 0.910 + 0.390 + 0.061 + 0.495 + 0.502 + 0.157$

เมื่อ  $Y$  และ  $Z =$  ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง  
จังหวัดมหาสารคาม

$Z_1, Z_2, \dots, Z_7$  คือ คะแนนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ

ส่วนตัวแปรอิสระอีก 2 ตัวแปร ไม่มีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ปัจจัย  
ด้านราคาค่าใช้บริการ ( $X_2$ ) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) สมการปรับปรุง ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ  $Z = \beta_1 Z_1 + \beta_3 Z_3 + \beta_5 Z_5 + \beta_6 Z_6 + \beta_7 Z_7$

แทนค่าในสูตร  $Z = 0.194Z_1 + 0.039Z_3 + 0.495Z_5 + 0.502Z_6 + 0.157Z_7$

4. ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อ  
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า  
ผู้ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตได้เสนอแนะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจใน  
การให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เรียงลำดับตามความถี่  
จากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ ควรเพิ่มความเร็วของสัญญาณระบบอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น  
คิดเป็นร้อยละ 29.41 อุปกรณ์ที่ให้บริการควรได้มาตรฐานและครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 22.47  
และร้านอินเทอร์เน็ตควรมีการคิดป้ายบอกอัตราค่าบริการที่ชัดเจน และมีการลดราคาเมื่อใช้  
งานอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 16.59 ตามลำดับ

#### อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของ  
ผู้ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่ได้จากเครื่องมือการวิจัย  
เป็นแบบสอบถามมีประเด็นที่น่าสนใจที่จะนำมาอภิปราย เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย  
ดังนี้

1. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด  
มหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต โดยรวม  
อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับ  
ตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการได้รับการบริการอย่างทันเวลา ด้านการได้รับ  
การบริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการได้รับการบริการอย่างเสมอภาค ด้านการได้รับการบริการ

อย่างเพียงพอและด้านการรับบริการอย่างก้าวหน้า จากผลดังกล่าวจึงเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เพราะว่ามีร้านอินเทอร์เน็ตจำนวนมากที่เปิดให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ใช้เพื่อเล่นเกมส์หรือการพิมพ์งาน ใช้ในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ จากทั่วโลก และในปัจจุบันได้มีเกมส์ออนไลน์ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น มีการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การให้บริการด้านการความบันเทิงต่าง ๆ เช่น การดูหนังออนไลน์ การโหลดเพลง ดูรายการทีวีย้อนหลัง การสนทนาผ่านระบบออนไลน์ หรือการแชท (Chat) และรวมทั้งการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เช่น การจ่ายค่าบัตรเครดิต จ่ายค่าโทรศัพท์ การโอนเงินในระบบออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตลูกค้าต่างได้รับการบริการจากทางร้านในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี เช่น การได้รับการบริการอย่างทันเวลา ผู้ประกอบร้านอินเทอร์เน็ตมีพนักงานที่ทำงานตรงต่อเวลาสามารถให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว และร้านอินเทอร์เน็ตมีพนักงานให้บริการและแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ การได้รับการบริการอย่างต่อเนื่องร้านอินเทอร์เน็ตมีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ให้บริการโดยยึดประโยชน์และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก และร้านอินเทอร์เน็ตมีพนักงานที่มีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและเตรียมความพร้อมในการบริการ การได้รับการบริการอย่างเพียงพอร้านอินเทอร์เน็ตมีระยะเวลาในการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการ มีอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการให้บริการเพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้บริการ และร้านอินเทอร์เน็ตมีสถานที่ให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการ การได้รับการบริการด้านเสมอภาคร้านอินเทอร์เน็ตมีพนักงานมีการให้บริการลูกค้าตามลำดับก่อนหลัง ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวก รวดเร็ว เมื่อมาใช้บริการ ซึ่งทางร้านอินเทอร์เน็ตมีพนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยมาตรฐานเดียวกัน การได้รับการบริการอย่างก้าวหน้า ร้านอินเทอร์เน็ตมีพนักงานที่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า มีพนักงานที่น่าเชื่อถือ และมีความสามารถในการบริการสร้างความมั่นใจในการใช้บริการ และร้านอินเทอร์เน็ตมีการปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพการให้บริการอยู่เสมอ สอดคล้องกับแนวคิดของ ฌูสตีญ กนกศิริ (2547 : 25) กล่าวว่า ความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการโดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้านดังนี้ 1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Services) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ในแง่มุมของกฎหมายก็ไม่มีแบ่งแยกศักดิ์ในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานให้บริการเดียวกัน 2) การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Services) หมายถึง ในการบริการจะ

ต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Amble Services) หมายถึง การให้บริการต่อสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity at The Geographical) จะเห็นว่า ความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ 4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Services) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็น ไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้ 5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Services) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่มประสิทธิ ภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม สอดคล้องกับแนวคิดของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2551 : 46) กล่าวว่า ความพอใจของลูกค้าถือเป็นเป้าหมายทางการตลาดที่สำคัญที่ทุกธุรกิจให้บริการจะต้องบรรลุให้ได้เนื่องจากความพอใจนำมาซึ่งการใช้บริการซ้ำ ความจงรักภักดี และการแนะนำความพอใจนั้นให้ผู้อื่นทราบและการสร้างความพอใจให้กับลูกค้านั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ยากแต่ก็สามารถทำได้ ผู้บริหารจะต้องทำให้พนักงานส่งมอบบริการอันประทับใจให้ลูกค้าทุกขั้นตอน ความพอใจของลูกค้าจึงเกิดจากการที่ลูกค้าได้รับการตอบสนองความต้องการตามที่ตนได้คาดหวังไว้หรือ ได้รับบริการที่มีคุณค่ารวมทั้งการบริการนั้นต้องตอบสนองสิทธิประโยชน์ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2553 : 19) กล่าวว่า ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการคือ กลยุทธ์การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและมีความประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการอีก และนำมาซึ่งความ ได้เปรียบในเชิงด้านการแข่งขันทางการตลาดส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของจอห์น ดี มิลลิต (John D. Millitt, 1954 : 267) กล่าวว่า ความสำคัญของการบริการคือการสร้างความพึงพอใจในการบริการให้แก่ประชาชน โดยมีหลักแนวทางคือ 1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ในแง่ของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการบริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน 2) การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง

ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติจะไม่มีประสิทธิผลเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้แก่ลูกค้าผู้ใช้บริการหรือประชาชนทั่ว ๆ ไป

3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the right geographical location) และยุติธรรมให้แก่ผู้รับบริการ 4) การให้บริการต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของลูกค้า เป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจของบริษัท หรือหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้ 5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภักธา บุญฉิมพลี (2553 : 33) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับ การใช้และความพึงพอใจของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตไร้สายสาธารณะในเขตเทศบาลนคร เชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านราคา รองลงมาคือ ด้านผู้ให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่ สอดคล้องกับงานวิจัย พักตร์วิมล กลสรร (2551 : 60) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง บริษัท ทีโอที จำกัด ในภาพรวมและรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง บริษัท ทีโอที จำกัด อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัย พงศกร พินิจชอบ (2550 : 99) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเคเบิล โมเด็มของบริษัททรู อินเทอร์เน็ต จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเคเบิล โมเด็มของบริษัททรูอินเทอร์เน็ต จำกัด ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจระดับมาก ในการบริการแก่ลูกค้าด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับมาก

## 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน

อินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นำมาศึกษา ทั้งหมด 7 ด้าน มีจำนวน 5 ด้านที่มีความสัมพันธ์ระดับมากกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เครื่องคอมพิวเตอร์ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของร้านอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านรูปแบบการให้บริการ ปัจจัยด้านขนาดของร้าน

อินเทอร์เน็ต และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของร้านอินเทอร์เน็ต จากผลดังกล่าวจึงเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เพราะว่าในปัจจุบันจังหวัดมหาสารคาม มีสถานศึกษาในระดับต่าง ๆ หลายแห่ง ซึ่งการศึกษาในยุคปัจจุบันคอมพิวเตอร์ได้เข้ามาเป็นองค์ประกอบจำเป็นที่ต้องใช้ในการศึกษาเรียนรู้ ค้นคว้าข้อมูลให้ที่มีความหลากหลาย ทันสมัย ได้รับความรู้อย่างเต็มที่ จึงส่งผลให้ธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตเป็นธุรกิจที่นิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบันและมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูงทั้งด้านบริการและทางด้านผลิตภัณฑ์ ร้านอินเทอร์เน็ตจึงต้องปรับกลยุทธ์ของตนให้มีความรวดเร็วทันต่อการแข่งขันโดยต้องมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุด เช่น ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องคอมพิวเตอร์ ร้านอินเทอร์เน็ตต้องมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในร้านต้องมีความเร็วสูงลูกค้าสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง มีอุปกรณ์ได้มาตรฐานและครบถ้วน ด้านทำเลที่ตั้งของร้านอินเทอร์เน็ตต้องตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษาและที่ทำงาน ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีความปลอดภัยและมองเห็นได้ชัดเจน ด้านรูปแบบการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการให้บริการอยู่ตลอดเวลา มีพนักงานให้บริการด้วยสุภาพ อ่อนน้อม รวดเร็วคล่องแคล่ว ด้านขนาดของร้านอินเทอร์เน็ตต้องมีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ จำนวนเครื่องพิมพ์เอกสารเพียงพอ มีขนาดกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย และด้านสภาพแวดล้อมของร้านอินเทอร์เน็ต ต้องมีแสงสว่างที่เพียงพอ มีการตกแต่งร้านสวยงามทันสมัย มีห้องน้ำที่สะอาดไว้ให้บริการลูกค้าและมีพื้นที่บริเวณจอดรถสำหรับลูกค้า สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552 : 69) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งบริษัทนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นกระบวนการกำหนดส่วนประสมในธุรกิจการบริการและมีบทบาทสำคัญทางการตลาดเพราะเป็นการรวมการตัด สั้นใจทางการตลาดทั้งหมดเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน และให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย เราเรียกส่วนผสมทางการตลาดว่า 7 P's ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 7 กลุ่มนี้ ต่อไปนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) สถานที่ 4) การส่งเสริมการตลาด 5) รูปแบบการให้บริการ 6) ขนาดของร้าน 7) สภาพแวดล้อม สอดคล้องกับแนวคิดของ สุดาพร กุณฑลบุตร (2552 : 132) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง องค์ประกอบการดำเนินงานทางการตลาดหรือปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ประกอบการใช้ในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย สอดคล้องกับแนวคิดของฉัตรยาพร เสมอใจ และฐิติพันธ์ วารวินิช (2551 : 51) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการ ตลาด (Marketing

mix) ถือเป็นเครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ประกอบการและนักการตลาดใช้ควบคุมทิศทางการประกอบธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา สอดคล้องกับแนวคิดของ ธนวรรณ แลงสุวรรณ (2550 : 40) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดเป้าหมายหรือหมายถึงความเกี่ยวข้องกันของ 4 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ โครงสร้างราคา ระบบการจัดจำหน่าย กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ของระบบการตลาดองค์รวม สอดคล้องกับแนวคิดของ ฟิลิปส์ คอทเลอร์ (Philip Kotler. 2003 : 16) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือเครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตน คล้องกับงานวิจัยของ ชาลินี ฉายรัตน์ (2554 : 40) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และอยู่ในระดับปานกลางคือด้านส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐปภัทร์ ศิระบุญญะพัฒน์ (2553 : 20) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต การวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือก ใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต อยู่ในระดับมาก เรียง ลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.67 ด้านราคาค่าเฉลี่ย 3.65 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.57 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค อยู่ในระดับปานกลางคือด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 2.94 สอดคล้องกับงาน วิจัยของ มินตรา ชาญวินิชกิจ (2553 : 54) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยจัดอยู่ในระดับมาก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (X=3.90) ด้านราคา (X=3.72) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X=3.73) ด้านการส่งเสริมการตลาด (X=3.71) ด้านการ

บริการของพนักงาน (X=3.76) ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สกตวรรณ สุทธาโรจนา (2553 : 54) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการหลักทางกายภาพอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ มัณฑนา พันธุมะโอภาส (2552 : 60) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ของผูบริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ในส่วนของปัจจัยที่ผูบริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านพนักงานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการกระบวนกรให้บริการ ตามลำดับ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ที่ผูบริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ บริการ ปัจจัยด้านสถานที่ปัจจัย ด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภณาริ สุธารส (2552 : 33) ได้ศึกษา เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการนำเสนอสินค้า ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด ที่อยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวนีย์ เกษศิริ (2551 : 30) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดกระบี่ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านกระบวนกรให้บริการ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจนพนาภรณ์ พูแสง (2550 : 80) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตเทศบาลเมืองพะเยา จังหวัดพะเยาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตเทศบาลเมืองพะเยา จากการศึกษาพบว่าปัจจัยสถานที่ตั้งร้าน (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับสถานที่กว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย ของร้านอินเทอร์เน็ตมากเป็นอันดับแรก ปัจจัยด้านการบริการ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการบริการ โดยการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็วมากเป็นอันดับแรก ปัจจัยด้าน

ราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามในความ สำคัญกับราคาในการใช้บริการอุปกรณ์เสริมอื่น เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน และอื่น ๆ ของร้านอินเทอร์เน็ตนี้เป็นอันดับแรก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการโฆษณาในนิตยสารหรือวารสารด้านคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตและพนักงานแจ้งให้ทราบมากเป็นอันดับแรก ปัจจัยด้านบุคคลากร (People) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างช่วงอายุ และอาชีพ กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตเทศบาลเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ส่วนใหญ่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไม่แตกต่างกันแต่เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อีก 2 ด้าน ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ คือปัจจัยด้านราคาค่าบริการและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เพราะว่าผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการเน้นให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีความเร็วสูง ร้านมีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากกว่าด้านราคาเพราะว่าราคาค่าบริการต่อชั่วโมงของร้านอินเทอร์เน็ตแต่ละร้านมีราคาที่แตกต่างกันเพียงเล็กน้อย โดยร้านอินเทอร์เน็ตคิดค่าบริการใช้บริการ ชั่วโมงละ 10-11 บาทต่อชั่วโมง ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดมหาสารคามมีการส่งเสริมการตลาดน้อยมาก บางร้านที่มีการส่งเสริมการตลาดแต่ก็ไม่สามารถดึงดูดลูกค้าได้ เพราะว่าร้านอินเทอร์เน็ตขาดการประชาสัมพันธ์หรืออาศัยกลุ่มลูกค้าประจำที่มาใช้บริการและของสมนาคุณที่นำมาแจกให้ลูกค้าเมื่อมีการใช้บริการประจำเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่หลากหลายและไม่เป็นที่นิยม เช่น เมื่อใช้ครบ 10 ชั่วโมง ได้แสมบปี 1 ดวง สะสมครบ 15 ดวง มาแลกปากกา 1 ด้ามหรือเล่นอินเทอร์เน็ตฟรี 1 ชั่วโมง เป็นต้น

3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้เสนอแนะให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- 3.1 ควรเพิ่มความเร็วของสัญญาณระบบอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น
- 3.2 อุปกรณ์ที่ให้บริการควร ได้มาตรฐานและครบถ้วน
- 3.3 ร้านอินเทอร์เน็ตควรมีการติดป้ายบอกอัตราค่าบริการที่ชัดเจน และมีบริการ

- ลดราคาเมื่อใช้งานอย่างต่อเนื่อง
- 3.4 ร้านอินเทอร์เน็ตควรมีที่จอดรถที่กว้างขวางและปลอดภัย
  - 3.5 พนักงานของร้านควรให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว คถ่องแคล่ว และครบวงจร
  - 3.6 ร้านอินเทอร์เน็ตควรมีการติดเครื่องปรับอากาศ หรือพัดลม และควรมีการถ่ายเทอากาศภายในร้าน
  - 3.7 ภายในร้านอินเทอร์เน็ตควรมีแสงสว่างที่เพียงพอ

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่ค้นพบ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นเกี่ยวกับการนำผลการศึกษาไปใช้ และประเด็นเกี่ยวกับการศึกษาครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้วิจัยเสนอแนะการนำผลการวิจัยเพื่อไปใช้และเสนอแนะให้ธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตได้ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดและพัฒนากลยุทธ์ในการให้บริการลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ดังนี้

1.1 ส่วนประสมทางการตลาด ที่ธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตควรนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ต้องใช้องค์ประกอบหลาย ๆ ด้าน เช่น

1.1.1 ด้านขนาดของร้านอินเทอร์เน็ตควรมีการติดเครื่องปรับอากาศหรือพัดลม มีการถ่ายเทของอากาศได้ดี มีขนาดกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบายและมีระยะเวลาเปิด-ปิด ของร้าน

1.1.2 ด้านรูปแบบการให้บริการ ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการให้บริการอยู่ตลอดเวลา พนักงานให้บริการข้อมูลที่เป็นจริงและถูกต้อง พนักงานให้บริการด้วยสุภาพ อ่อนน้อม และพนักงานของร้านให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว คถ่องแคล่วและครบวงจร

1.1.3 ด้านทำเลที่ตั้ง ควรตั้งใกล้สถานศึกษาและที่ทำงาน ทำเลที่ตั้งมีความสะดวกต่อการมาใช้บริการ ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ที่พักรถยนต์ ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีความปลอดภัย และที่ตั้งเด่นมองเห็นได้ชัดเจน

1.1.4 ด้านสภาพแวดล้อมของร้านอินเทอร์เน็ต ควรมีแสงสว่างที่เพียงพอ มีการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย มีห้องน้ำที่สะอาดไว้ให้บริการลูกค้า และบริเวณภายนอกร้านอินเทอร์เน็ตมีพื้นที่บริเวณจอดรถสำหรับลูกค้า

1.1.5 ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องคอมพิวเตอร์ ควรให้ลูกค้าสามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้อย่างต่อเนื่อง การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในร้านควรมีความเร็วสูง อุปกรณ์เครื่องมือและสถานที่ที่มีความพร้อมเพียงและทันสมัยพร้อมใช้งาน เครื่องคอมพิวเตอร์มีปริมาณเพียงพอกับการให้บริการ และอุปกรณ์ที่ใช้บริการ โดยรวมได้มาตรฐานและครบถ้วน

## 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต โดยใช้แนวความคิดด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความหลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

2.2 ควรศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตพื้นที่อื่น ๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับพื้นที่ที่ใช้ทำการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความหลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

2.3 ควรศึกษากลยุทธ์ IMC (Integrated Marketing Communication) ด้านต่าง ๆ ได้แก่ กลยุทธ์การโฆษณา กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เข้ามาปรับใช้กับธุรกิจบริการเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความหลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจต่อไป