

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้สรุปผลและมีข้อเสนอแนะตามลำดับดังนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัย
2. สมมติฐานการวิจัย
3. วิธีดำเนินการวิจัย
4. สรุปผลการวิจัย
5. อภิปรายผล
6. ข้อเสนอแนะ
 - 6.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้
 - 6.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีขนาดของร้านแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการให้บริการลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด

สมมติฐานการวิจัย

ลูกค้าที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ดในร้านที่มีขนาดต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยและผู้ช่วย

ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจในวัตถุประสงค์คำถาม และอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามก่อนให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม ผลปรากฏว่าได้รับกลับคืนมา จำนวน 384 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา โดยใช้วิธีการประมวลผลตามหลักสถิติพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ (f) และร้อยละ (%)

2. วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการส่วนประสมทางการตลาดของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้วิธีการประมวลผลตามหลักสถิติพรรณนา ซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามโดยวัดจากแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แล้วแปลค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย

3. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้การวิเคราะห์สถิติทดสอบที (*t-test*) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2 กลุ่ม คือขนาดของร้านอินเทอร์เน็ต

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด สรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 384 คน จำแนกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่จำนวน 169 คน และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่จำนวน 215 คน มีลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.90 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 30.10 ส่วนใหญ่มีอายุ 10-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.10 เกือบทั้งหมดเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 83.3 และส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 30.50 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการในร้านอินเทอร์เน็ตเพื่อเล่นเกมส่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.62

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในภาพรวมมีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการมากที่สุดคือ เล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 78.65

รองลงมาได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 43.23 และการรับส่งอีเมลล์และการสนทนาออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 39.58

เมื่อจำแนกตามขนาดของร้าน พบว่า

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

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

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 10 - 15 ปี จำนวน 177 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือเล่นเกมส์ จำนวน 169 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 82 คน และเพื่อการรับส่งอีเมลล์ จำนวน 77 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 เล่นเกมส์ จำนวน 102 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 82 คน และเพื่อการรับส่งอีเมลล์ จำนวน 77 คน ตามลำดับ

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี จำนวน 35 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 4 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อรับส่งอีเมลล์ จำนวน 3 คน และเพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 4 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 และเพื่อเล่นเกมส์กับเพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 5 คน เท่ากัน ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า

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

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพรับราชการ จำนวน 13 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 11 คน รองลงมาได้แก่เพื่อสนทนาออนไลน์ 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

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 12 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 12 คน รองลงมาได้แก่ มีวัตถุประสงค์อื่นๆ จำนวน 10 คน และเพื่อรับส่งอีเมลล์ จำนวน 5 คน ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

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

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

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

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

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

ลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อสืบค้นข้อมูล จำนวน 7 คน รองลงมาได้แก่ เพื่อการรับส่งอีเมลล์ จำนวน 5 คน และเพื่อพิมพ์งานและเพื่อสนทนาออนไลน์ จำนวน 3 คน เท่ากัน

3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด ปรากฏผลดังนี้

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ ด้านราคา และด้านสถานที่กับด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามลำดับ

เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการมีส่วนร่วมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การคิดป้ายบอกราคาชัดเจน รองลงมาได้แก่บริเวณภายในร้านมีความสะอาด และอุปกรณ์มีความทันสมัย ตามลำดับ ส่วนข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน/สถานบันการศึกษา

4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามขนาดร้านอินเทอร์เน็ต โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไรมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด มีจำนวน 1 ประเด็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ คิดค่าบริการเหมาะสมกับเวลาที่ให้บริการ ส่วนข้อที่เหลืออีก จำนวน 43 ข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด มีประเด็นที่ค้นพบซึ่งน่าสนใจอันจะเป็นข้อมูลนำไปสู่แนวทางในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงระบบการให้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้อภิปรายผลดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมประสมทางการตลาด

บริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในประเด็นการคิดป้ายบอกราคาชัดเจน มากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาได้แก่ บริเวณภายในร้านมีความสะอาด และอุปกรณ์มีความทันสมัย ส่วนประเด็นที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน/สถาบันการศึกษา สอดคล้องกับเดือนเจริญ แก้วบุญเรือง (2543 : 40-41) พบว่าผู้บริโภคเห็นว่าอัตราค่าบริการเหมาะสมแล้ว การให้บริการที่ได้รับคุ้มค่ากับค่าเช่าเวลา คือ 10 และ 15 บาท/ชั่วโมง โดยร้านที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันจะมีอัตราค่าบริการเท่ากัน ส่วนครุณี ทองปิ่น (2548 : 48-49) พบว่า ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของร้านอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับดีมาก คือมีห้องน้ำสะอาดบริการลูกค้า บริเวณภายในร้านมีความสะอาด และมีเครื่องปรับอากาศที่เพียงพอเหมาะสมกับขนาดพื้นที่ของร้านบริการ และภูริดา สิงหะสุริยะ (2548 : 41-43) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า พบว่า ลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยรวม ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านลักษณะกายภาพ ด้านการบริการ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด

2. จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการมีส่วนร่วมประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามขนาดร้านอินเทอร์เน็ต โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีความสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ร้านอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะมีขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่แตกต่างกันก็เพียงจำนวนเครื่องเท่านั้น ส่วนอุปกรณ์ต่างๆ ภายในร้านต่างก็มีเป็นอุปกรณ์ที่มีความเป็นมาตรฐาน จึงไม่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกพึงพอใจต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ภูริดา สิงหะสุริยะ (2548 : 41-43) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตขนาดแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3. จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาด บริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามขนาดร้านอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 1 ประเด็น ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ คิดค่าบริการเหมาะสมกับเวลาที่ใช้บริการ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ค่าบริการของร้านอินเทอร์เน็ตมักจะขึ้นอยู่กับจำนวนร้านในแต่ละพื้นที่ และขนาดของร้านอีกด้วย ร้านที่มีขนาดใหญ่ มักจะมีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ มีราคาที่ชัดเจน แน่นนอน ส่วนร้านที่มีขนาดเล็กการบริหารจัดการอาจจะยังไม่เป็นระบบอย่างเป็นทางการมากนัก และในบางครั้งที่ เป็นการดึงดูดลูกค้าอาจจะมีการลดราคาหรือจัด โปรโมชั่นของร้านค้า สอดคล้องกับเดือนเพ็ญ แก้วบุญเรือง (2543 : 40-41) ที่ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตในเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบว่า การให้บริการที่ได้รับคุ้มค่างบกับค่าเช่าเวลา คือ 10 และ 15 บาท/ชั่วโมง โดยร้านที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันจะมีอัตราค่าบริการเท่ากัน และสมชาย สิริพัฒนานุกุล (2544 : 41-42) ที่พบว่า ลูกค้าต้องการให้มีความยืดหยุ่นในการคิดค่าบริการ ต้องการให้ร้านที่มีการบริการที่ดีและมีเครื่องปรับอากาศและต้องการให้มีการแถมชั่วโมงในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ เจ้าของธุรกิจร้านบริการอินเทอร์เน็ต และผู้ที่สนใจเกี่ยวกับธุรกิจร้านบริการอินเทอร์เน็ต สามารถนำไปใช้ปรับปรุงหรือพัฒนาการดำเนินงานให้มีความเหมาะสมตามความคิดเห็นของลูกค้าได้

1.2 งานวิจัยครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดการร้านบริการอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

จากผลการศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปว่า ควรมีการศึกษาในประเด็นต่อไปนี้

2.1 ควรทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านบริการอินเทอร์เน็ต

2.2 ควรทำการศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาธุรกิจร้านบริการอินเทอร์เน็ต