

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ คับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการคับและภัตตาคาร และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการคับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย

#### สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการคับและภัตตาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการคับและภัตตาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงรายในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย ร้อยละ 61.33 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่อาศัยต่างจังหวัดพบว่าส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 26.66 และจังหวัดพะเยา ร้อยละ 18.67 โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 67.67 เพศหญิง ร้อยละ 32.33 มีอายุ 20-25 ปี ร้อยละ 26.0 รองลงมาอายุ 26-30 ปี ร้อยละ 23.67 และอายุ 31-35 ปี ร้อยละ 22.67 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 51.33 สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ร้อยละ 37.67 และมีแม่/หย่าร้างหรือแยกกันอยู่ ร้อยละ 11.0 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 58.00 รองลงมาคือมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า(ปวช.,ปวส.) ร้อยละ 31.33 โดยมีอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 31.00 รองมาได้แก่ลูกจ้าง พนักงานบริษัท ร้อยละ 27.67 และมีรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 27.67 รองลงมา 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 26.00 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 19.67 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย ปกติใช้บริการคับและภัตตาคารที่ร้านสับนงา คับแอนด์เรสเทอรอง ร้อยละ 18.66 รองลงมา ร้านคุ้มเจ้านาง ร้อยละ 13.33 ส่วนผู้ที่อยู่อาศัยต่างจังหวัดปกติใช้บริการคับและภัตตาคารเป็นประจำที่ร้านสับนงา คับแอนด์เรสเทอรอง ร้อยละ 30.00 รองลงมา ร้านคุ้มเจ้านาง ร้อยละ 21.34 ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่ สื่อที่รู้จักคับและภัตตาคารมากที่สุดคือ เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 48.81 รองลงมา วิทยุ ร้อยละ 17.85 ส่วนผู้ที่อยู่อาศัยต่างจังหวัด สื่อที่รู้จักคับและภัตตาคาร

ส่วนใหญ่คือ เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 40.51 รองลงมาวิทยุ ร้อยละ 19.71 ป้ายคำท่เข้าที่กลางแจ้ง ป้ายผ้า ร้อยละ 16.79

## ส่วนที่ 2 : ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร

เหตุผลสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคารคือ บรรยากาศดี ร้อยละ 35.00 รองลงมา อาหารอร่อย ร้อยละ 18.33 และบริการดี/พนักงานบริการดี ร้อยละ 18.00 ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้บริการสถานที่อื่นก่อนมาใช้บริการผับและภัตตาคาร ร้อยละ 64.00 และไม่ได้ใช้บริการสถานที่อื่นก่อน ร้อยละ 36.00 โดยสถานที่อื่นที่ให้บริการก่อนมาใช้บริการผับและภัตตาคารคือ ร้านอาหารทั่วไป ร้อยละ 73.96 รองลงมา งานเลี้ยงฉลองต่าง ๆ (งานแต่งงาน งานเลี้ยงวันเกิด) ร้อยละ 13.02 รับประทานจากที่บ้านมาก่อน ร้อยละ 13.02

โอกาสในการไปเที่ยวผับและภัตตาคารส่วนใหญ่เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 32.87 เพื่อพบปะสังสรรค์ ร้อยละ 30.26 งานเลี้ยงฉลองในโอกาสสำคัญ ๆ ร้อยละ 17.04

บุคคลแนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผับและภัตตาคารส่วนใหญ่คือ เพื่อนหรือผู้ร่วมงาน ร้อยละ 85.66 รองลงมา บุคคลในครอบครัวและตัดสินใจเอง ร้อยละ 6.67 โดยส่วนใหญ่จะใช้บริการในวันศุกร์และวันเสาร์ ร้อยละ 52.30 วันธรรมดา (วันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดีหรือวันอาทิตย์) ร้อยละ 28.70 วันหยุดเทศกาล ร้อยละ 19.00 เวลาที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุดคือช่วงเวลา 18.00น. - 21.00น. ร้อยละ 55.67 หลังเวลา 21.00น. ร้อยละ 34.00 มีความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่เดือนละครั้งหรือต่ำกว่า ร้อยละ 31.00 รองลงมา อาทิตย์ละครั้ง ร้อยละ 24.00 และ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ ร้อยละ 23.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะสั่งอาหาร โดยดูตามเมนู/รายการอาหาร ร้อยละ 40.67 สั่งตามพนักงานแนะนำ ร้อยละ 26.99 สั่งตามเพื่อนแนะนำ/เพื่อนร่วมโต๊ะสั่งให้ ร้อยละ 16.07 อาหารที่สั่งมารับประทานมากส่วนใหญ่ คืออาหารประเภทยำ ร้อยละ 26.83 อาหารประเภทกับแก้ม ร้อยละ 25.70 อาหารประเภทต้ม/แกง ร้อยละ 14.19 เครื่องดื่มที่สั่งเป็นประจำส่วนใหญ่คือ เหล้า/วิสกี้ ร้อยละ 39.86 เบียร์ต่าง ๆ ร้อยละ 26.98 และน้ำอัดลม/น้ำเปล่า ร้อยละ 17.70 โดยส่วนใหญ่เหล้า/วิสกี้ที่ดื่มในผับและภัตตาคาร มีทั้งซื้อที่ร้านไปใช้บริการและนำเข้ามาเอง ร้อยละ 32.33 เวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการแต่ละครั้ง 3-4 ชั่วโมง ร้อยละ 53.67 ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 35.00 โดยส่วนใหญ่มีผู้ร่วมใช้บริการแต่ละครั้งจำนวน 3-4 คน ร้อยละ 58.00 จำนวน 5-6 คน ร้อยละ 23.67 จำนวน 1-2 คน ร้อยละ 14.00

ประเภทดนตรีที่ชอบฟังส่วนใหญ่เป็นเพลงสากล ร้อยละ 30.55 เพลงไทย ร้อยละ 27.12 เพลงเพื่อชีวิต ร้อยละ 22.88 บริเวณที่ชอบนั่งมากที่สุดในผับและภัตตาคารคือ บริเวณที่มี

บรรยากาศดี เช่นมีทิวทัศน์สวยงาม ร้อยละ 44.00 บริเวณที่ลับตาคน/มุมเงียบ ๆ ไม่พลุกพล่าน ร้อยละ 20.40 บริเวณที่โล่งร้อยละ 15.33

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการส่วนใหญ่ 501-800 บาท ร้อยละ 40.33 จำนวน 301-500 บาท ร้อยละ 23.33 จำนวน 801-1,000 บาท ร้อยละ 19.67 เมื่อเรียกเก็บเงิน จะหารกันจ่าย ร้อยละ 37.33 จ่ายเอง ร้อยละ 36.33 มีคนจ่ายแทน/เพื่อนเลี้ยงร้อยละ 16.34

**ส่วนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ ผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย**

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร พบว่าค่าเฉลี่ยรวมของทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านพนักงาน (ความเอาใจใส่ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (อาหารและเครื่องดื่ม ดนตรี) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ (ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ชื่อร้าน และสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย เปิดบริการมานานแล้ว ภาพลักษณ์ของร้านดูดี การตกแต่งภายในสวยงาม สถานที่สะอาด ภายในกว้างขวาง โล่ง-ไม่อึดอัด มีที่นั่งเพียงพอ เก้าอี้นั่งสบาย บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง อบอุ่น บรรยากาศในร้านให้ความรู้สึกที่ปลอดภัย มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี มีห้องน้ำสะอาด) ปัจจัยด้านกระบวนการ (การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน อาหารและเครื่องดื่ม ได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด มีการให้บริการอย่างเสมอภาค มีการประสานงานกันเป็นอย่างดี การจองโต๊ะ แคทเชียร์คิดเงินได้ถูกต้อง รวดเร็ว) ปัจจัยด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีที่จอดรถเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีรถรับ-ส่ง มีโทรศัพท์สาธารณะ) ปัจจัยด้านราคา (ราคาอาหาร ราคาเหล้าต่อขวด ราคาเบียร์ต่อขวด ราคาмикเซอร์) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ การแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน การลดราคามิกเซอร์ การลดราคาเหล้าต่อขวด เพคเกจเหล้าราคาถูก การลดราคาเบียร์ต่อขวด การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ การลดราคาอาหาร การเสนอเมนูอาหารใหม่ การจัดคอนเสิร์ต Happy Hour ชื้อ 1 แกรม 1 การมีพนักงานแนะนำเครื่องดื่ม) ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (อาหารและเครื่องดื่ม ดนตรี) และอยู่ในระดับสำคัญมาก อายุ 26-30 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านพนักงาน และอยู่ในระดับสำคัญมาก อายุ 31-35 ปี 41-45 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านพนักงาน และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อายุ 36-40 ปี

พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนอายุ 46-50 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และอยู่ในระดับสำคัญมาก อาชีพข้าราชการ ลูกจ้าง พนักงานบริษัท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านพนักงาน และอยู่ในระดับสำคัญมาก อาชีพรัฐวิสาหกิจ พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านพนักงาน และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนรายได้ 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านพนักงาน และอยู่ในระดับสำคัญมาก

จำแนกตามที่อยู่อาศัย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านพนักงาน และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนผู้ที่อยู่อาศัยต่างจังหวัด พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านพนักงาน และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

#### ด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านอาหารและเครื่องดื่ม) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของอาหาร และความสดของอาหาร และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของอาหาร ความหลากหลายของอาหาร รสชาติของเครื่องดื่ม (ค็อกเทล, น้ำส้มคั้น, กาแฟ) ความหลากหลายของเครื่องดื่ม การตกแต่งอาหาร (สวยงามน่าทาน) ตามลำดับ

จำแนกตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 20-25 ปี 26-30 ปี และ 36-40 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อายุ 31-35 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสดของอาหารและอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อายุ 41-45 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสดของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนอายุ 46-50 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รสชาติของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมาก

จำแนกตามอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รสชาติของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อาชีพข้าราชการ พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดของอาหารและอยู่ในระดับสำคัญมาก อาชีพรัฐวิสาหกิจ พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ย

สูงสุดคือ ความสะอาดของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อาชีพลูกจ้าง พนักงานบริษัท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสดของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสดของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด รายได้ 5,001-10,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดของอาหารและอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนรายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้มากกว่า 20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสดของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนรายได้ 15,001-20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รสชาติของอาหารและความสดของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามที่อยู่อาศัย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่พบว่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสดของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนผู้ที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัด พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

#### ด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านดนตรี)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านดนตรี) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความไพเราะของวงดนตรี และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ด้านดนตรีที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ความสนุกสนานของดนตรี นักร้องร้องเพลงไพเราะ และแนวเพลงดนตรี ตามลำดับ

จำแนกตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความไพเราะของวงดนตรี และอยู่ในระดับสำคัญมาก อายุ 26-30 ปี และอายุ 46-50 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความสนุกสนานของดนตรี และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อายุ 31-35 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ นักร้องร้องเพลงไพเราะ และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อายุ 36-40 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความไพเราะของวงดนตรี และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อายุ 41-45 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ นักร้องร้องเพลงไพเราะ และความสนุกสนานของดนตรี และอยู่ในระดับสำคัญมาก

จำแนกตามอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความไพเราะของดนตรีและอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อาชีพข้าราชการพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือนักร้องร้องเพลงไพเราะ และอยู่ในระดับสำคัญมาก อาชีพรัฐวิสาหกิจ อาชีพลูกจ้าง พนักงานบริษัท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสนุกสนานของดนตรี และอยู่ในระดับ

สำคัญมาก อาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสนุกสนานของคนตรี และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

จำแนกตามรายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001-15,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสนุกสนานของคนตรี และอยู่ในระดับสำคัญมาก รายได้ 5,001-10,000 บาท 15,001-20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสนุกสนานของคนตรี และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนรายได้มากกว่า 20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ แนวเพลงคนตรี และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามที่อยู่อาศัย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่พบว่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสนุกสนานของคนตรี และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนผู้อาศัยอยู่ต่างจังหวัดพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความไพเราะของคนตรี และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

#### ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับได้แก่ ราคาอาหาร ราคาเบียร์ (น้ำแข็ง, น้ำ, โซดา, น้ำอัดลม) ราคาเหล้าต่อขวด และราคาเบียร์ต่อขวด ตามลำดับ

จำแนกตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปี 36-40 ปี และ 41-45 ปีพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนอายุ 46-50 ปีพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาอาหาร ราคาเหล้าต่อขวด ราคาเบียร์ต่อขวด ราคาเบียร์ และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

จำแนกตามอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง พนักงานบริษัท และอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมาก

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด รายได้ 5,001-10,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาเบียร์ และอยู่ในระดับสำคัญมาก รายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท รายได้มากกว่า 20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามที่อยู่อาศัย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และต่างจังหวัด พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมาก

### ด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับได้แก่ มีที่จอดรถเพียงพอ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง อยู่ใกล้แหล่งชุมชน และปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถรับ-ส่ง มีโทรศัพท์สาธารณะ ตามลำดับ

จำแนกตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 20-25 ปี 31-35 ปี และ 41-45 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีที่จอดรถเพียงพอ และอยู่ในระดับสำคัญมาก อายุ 26-30 ปี 36-40 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนอายุ 46-50 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

จำแนกตามอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา ข้าราชการ และรัฐวิสาหกิจ พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนอาชีพลูกจ้าง พนักงานบริษัท อาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีที่จอดรถเพียงพอ และอยู่ในระดับสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางและมีที่จอดรถเพียงพอ และอยู่ในระดับสำคัญมาก รายได้ 5,001- 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีที่จอดรถเพียงพอ และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนรายได้มากกว่า 20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และอยู่ในระดับสำคัญมาก

จำแนกตามที่อยู่อาศัย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนผู้อาศัยอยู่ต่างจังหวัด พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีที่จอดรถเพียงพอ และอยู่ในระดับสำคัญมาก

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G) ชื่อ 1 แกรม 1 เช่น ชื่อเบียร์ 1 เขยือกแถมฟรี อีก 1 เขยือก เพจเพจเหล้าราคาถูก เช่น เหล้า 2 ขวด ราคา 299.-บาท การลดราคาอาหาร การลดราคาเหล้าต่อขวด การลดราคามิกเซอร์ (น้ำ, โซดา, น้ำแข็ง, น้ำอัดลม) การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ การลดราคาเบียร์ต่อขวด Happy Hour (เช่น ก่อน 3 ทุ่มเบียร์ราคา 55.- บาท) การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับ

สิทธิพิเศษต่างๆ การเสนอเมนูอาหารใหม่ การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ใบปลิว หนังสือพิมพ์ การแจ้งข่าวสาร-ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน

จำแนกตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เพคเกจเหล้าราคาถูก และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนอายุ 26-30 ปี 31-35 ปี 36-40 ปี 41-45 ปี และ 46-50 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G) และอยู่ในระดับสำคัญมาก

จำแนกตามอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ซื่อ 1 แกรม 1 และอยู่ในระดับสำคัญมาก อาชีพข้าราชการพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การลดราคาอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมาก อาชีพรัฐวิสาหกิจ และอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G) และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนอาชีพลูกจ้าง พนักงานบริษัท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เพคเกจเหล้าราคาถูก และอยู่ในระดับสำคัญมาก

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การลดราคาอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมาก รายได้ 5,001-10,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ซื่อ 1 แกรม 1 และอยู่ในระดับสำคัญมาก รายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และรายได้มากกว่า 20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.) และอยู่ในระดับสำคัญมาก

จำแนกตามที่อยู่อาศัย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G) และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนผู้ที่อยู่อาศัยต่างจังหวัด พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.) และซื่อ 1 แกรม 1 (เช่น เบียร์ 1 เข็ยอกแถมฟรีอีก 1 เข็ยอก) และอยู่ในระดับสำคัญมาก

#### ด้านพนักงาน

ปัจจัยด้านพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้ม-แย้มแจ่มใสมีความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น และปัจจัยย่อยด้านพนักงานที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม พนักงานรับรดสุภาพและดูแลรถท่านเป็นอย่างดี พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี พนักงานบริการห้องน้ำมีความสุภาพ ปรียามารยาทดี และพนักงานแต่งกายเหมาะสม มีความสุภาพ ตามลำดับ



จำแนกตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 – 25 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และอยู่ในระดับสำคัญมาก อายุ 26-30 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อายุ 31-35 ปี และอายุ 41-45 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานดูแลเอาใจใส่ เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อายุ 36-40 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานบริการห้องน้ำมีความสุภาพ กริยามารยาทดี และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนอายุ 46-50 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และพนักงานรับรถสุภาพ ดูแลรถเป็นอย่างดี และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

จำแนกตามอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และอยู่ในระดับสำคัญมาก อาชีพข้าราชการ และอาชีพค้าขาย เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อาชีพรัฐวิสาหกิจพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานรับรถสุภาพ ดูแลรถเป็นอย่างดี และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนอาชีพลูกจ้าง พนักงานบริษัท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และอยู่ในระดับสำคัญมาก

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี และอยู่ในระดับสำคัญมาก รายได้ 5,001-10,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และอยู่ในระดับสำคัญมาก รายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด รายได้มากกว่า 20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

จำแนกตามที่อยู่อาศัย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนผู้ที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัดพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

### ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีห้องน้ำสะอาด มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่สะอาด ภายในกว้างขวางโล่ง-ไม่อึดอัด บรรยากาศในร้านให้ความรู้สึกที่ปลอดภัย บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง อบอุ่น เก้าอี้นั่งสบาย มีที่นั่งเพียงพอ การตกแต่งภายในสวยงาม การตกแต่งภายนอกดูสวยงาม ดูดี ภาพลักษณ์ของร้านดูดี ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ตามลำดับ

จำแนกตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปี และ 41-45 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีห้องน้ำสะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อายุ 36-40 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การมีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนอายุ 46-50 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง อบอุ่น มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี มีห้องน้ำสะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

จำแนกตามอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา ลูกจ้าง พนักงานบริษัท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีห้องน้ำสะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนอาชีพข้าราชการ พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี และอยู่ในระดับสำคัญมาก อาชีพรัฐวิสาหกิจพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีห้องน้ำสะอาด และมีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่สะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด รายได้ 5,001-10,000 พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือบรรยากาศของร้านเป็นกันเอง อบอุ่น และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด รายได้ 10,001-15,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีห้องน้ำสะอาดและอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนรายได้ 15,001-20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี และมีห้องน้ำสะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

จำแนกตามที่อยู่อาศัย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งอยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่และต่างจังหวัด พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีห้องน้ำสะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

### ด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ ได้แก่ ภาชนะอุปกรณ์

เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง การทักทายและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน แคชเชียร์คิดเงินได้ถูกต้อง รวดเร็ว มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค มีการประสานงานกันเป็นอย่างดี และ มีการจองโต๊ะ ตามลำดับ

จำแนกตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 20-25 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมาก อายุ 26-30 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และอยู่ในระดับสำคัญมาก อายุ 31-35 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้านและภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อายุ 36-40 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้านและแคชเชียร์คิดเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว และอยู่ในระดับสำคัญมาก อายุ 41-45 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด และมีการประสานงานกันเป็นอย่างดี และอยู่ในระดับสำคัญมาก อายุ 46-50 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน มีการให้บริการอย่างเสมอภาค แคชเชียร์คิดเงินถูกต้อง รวดเร็ว และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

จำแนกตามอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมาก อาชีพข้าราชการให้ความสำคัญพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด มีการให้บริการอย่างเสมอภาค มีการประสานงานกันเป็นอย่างดี แคชเชียร์คิดเงินถูกต้อง รวดเร็ว และอยู่ในระดับสำคัญมาก อาชีพรัฐวิสาหกิจพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน และอยู่ในระดับสำคัญมาก อาชีพลูกจ้าง พนักงานบริษัท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด อาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วถูกต้อง และอยู่ในระดับสำคัญมาก รายได้ 5,001-10,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมาก รายได้ 10,001-15,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การทักทายและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด รายได้มากกว่า 20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน และอยู่ในระดับสำคัญมาก

จำแนกตามที่อยู่อาศัย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ภาวะทุพโภชนาการเครื่องมือเครื่องใช้สะอาดและมีการให้บริการอย่างเสมอภาค และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนผู้อาศัยอยู่ต่างจังหวัด พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ภาวะทุพโภชนาการเครื่องมือเครื่องใช้สะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมาก

#### ส่วนที่ 4 : ปัญหาที่พบในการใช้บริการฝับและกักตักคาร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากพบปัญหาระดับน้อยในเรื่อง ปัญหาด้านอาหารและเครื่องคั้น ปัญหาด้านคนตรี ปัญหาด้านอาหารไม่อร่อย ปัญหาด้านราคาเครื่องคั้น ปัญหาด้านสถานที่ ปัญหาด้านที่จอดรถไม่เพียงพอ ปัญหาด้านโปรโมชัน ปัญหาด้านพนักงาน ปัญหาด้านสถานที่ไม่สะอาด ปัญหาด้านห้องน้ำไม่สะอาด ปัญหาด้านแคทเชียร์คิดเงินผิด ปัญหาอาหารออกช้า ปัญหาด้านอุปกรณ์หรือภาชนะไม่สะอาด ส่วนปัญหาด้านราคาอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบปัญหาอยู่ในระดับมาก

#### อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้ฝับและกักตักคาร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ อภิปรายผลการศึกษาดังนี้

##### แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งประกอบไปด้วย 6Ws และ 1H (ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ผู้บริโภคซื้ออย่างไร) จากข้อมูลที่ได้จากการวิจัยและการวิเคราะห์ พบว่า

##### 1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who)

ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ จากการศึกษพบว่าผู้ที่ใช้บริการฝับและกักตักคาร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-25 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ซึ่งลักษณะของกลุ่มเป้าหมายนี้ จะอยู่ใน

ช่วงอายุวัยรุ่น ที่เพิ่งจบการศึกษาใหม่ หรือวัยเริ่มต้นทำงาน มักเป็นค่านิยมในสังคมไทยและเป็นกระแสของหมู่วัยรุ่นที่นิยมเที่ยวยามราตรี เพื่อแสดงออกถึง การเข้าสังคม พบปะสังสรรค์ในหมู่เพื่อนฝูง ความต้องการการยอมรับจากสังคมและเพศตรงข้าม

## 2. ผู้บริโภคคืออะไร (What)

สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือ คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะสั่งอาหารประเภทยำ และอาหารประเภทกับแก้มมารับประทาน ลักษณะของอาหารจะเป็นอาหารทานเล่นเป็นส่วนใหญ่ที่สามารถรับประทานกับเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี และเครื่องดื่มที่สั่งเป็นประจำส่วนใหญ่ ได้แก่ เหล้า/วิสกี้ เบียร์ต่าง ๆ และน้ำอัดลม/น้ำปลา โดยเหล้า/วิสกี้ที่สั่งเป็นประจำมีทั้งซื้อที่ร้านไปใช้บริการและนำเข้ามาเอง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายต้องการการยอมรับจากสังคมดังนั้นแนวเพลงสากลจะทำให้กลุ่มผู้บริโภครู้สึกว่าทันสมัย และเพลงสากลหรือเพลงประกอบภาพยนตร์ต่างประเทศที่โด่งดังจะเป็นที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะชอบฟังเพลงประเภทเพลงสากล และพบว่าผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรัทธา วัลญูห์ตถกิจ ที่ศึกษาเรื่อง “3 เพศ กับ 7Cs” ที่พบว่าผู้บริโภคชอบดื่มแอลกอฮอล์(สุรา) มากที่สุด รองลงมาคือ เบียร์

## 3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why)

วัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร เพื่อสนองความต้องการด้านร่างกาย เช่น ความการพักผ่อนหย่อนใจ การพักผ่อนเพื่อคลายความเครียด และสนองความต้องการด้านจิตวิทยา เช่น ด้านบุคลิกภาพของตนเอง และแนวความคิดของตัวเอง จากการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการผับและภัตตาคาร เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และความต้องการสถานที่ ที่มีบรรยากาศดี

## 4. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When)

โอกาสในการใช้บริการผับและภัตตาคารของกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในช่วงวัยทำงาน ไปใช้บริการเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จากการศึกษาพบว่า วันที่ผู้บริโภคใช้บริการบ่อยที่สุดคือ วันศุกร์ และวันเสาร์ ในช่วงเวลา 18.00น.-21.00น. โดยมีความถี่ในการใช้บริการเดือนละครั้งหรือต่ำกว่า ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรัทธา วัลญูห์ตถกิจ ที่ศึกษาเรื่อง “3 เพศ กับ 7Cs” พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิงนิยมสังสรรค์เดือนละครั้ง

## 5. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where)

จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการปกติใช้บริการผับและภัตตาคารที่ร้าน สับนังผับ แอนด์เรสเตอรอง ซึ่งมีลักษณะเป็นห้องปรับอากาศ เนื่องจากการเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงฤดูร้อน

(27 มีนาคม 2545 - 17 เมษายน 2545) ดังนั้น ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญกับสถานที่ที่มีห้องปรับอากาศโดยจะชอบนั่งบริเวณที่มีบรรยากาศดี เช่น มีทิวทัศน์สวยงาม

6. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการผับและภัตตาคาร (Who Participates) แสดงถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการผับและภัตตาคาร จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผับและภัตตาคารคือ เพื่อน หรือผู้ร่วมงาน

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นหรือเริ่มต้นทำงาน รายได้ต่อเดือนค่อนข้างน้อย (5,001-10,000 บาท) การไปเที่ยวส่วนใหญ่จะไปเป็นกลุ่ม หรือสังสรรค์กันในหมู่เพื่อนฝูง และมีความต้องการสถานที่ที่พักผ่อนหย่อนใจ บรรยากาศดี โดยลักษณะของผับและภัตตาคารในจังหวัดเชียงรายแต่ละแห่งจะมีลักษณะของอาหาร เครื่องดื่ม วงดนตรี และบรรยากาศของร้านที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการรู้จักผับและภัตตาคารจากการแนะนำของเพื่อน และจะใช้บริการจากร้านอาหารทั่วไปก่อนมาใช้บริการผับและภัตตาคาร โดยมีผู้ร่วมใช้บริการครั้งละ 3-4 คน ระยะเวลาในการใช้บริการครั้งละ 3-4 ชั่วโมง มีวิธีการสั่งอาหารโดยดูตามเมนู/รายการอาหาร โดยมีค่าใช้จ่าย 501-800 บาทต่อครั้ง เมื่อเรียกเก็บเงิน โดยมากจะหารกันจ่าย

#### ส่วนประสมการตลาดบริการ

จากแนวคิดการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร พบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อผู้บริโภคในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากผับและภัตตาคารที่เสนอขายธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายจับต้องไม่ได้ ซึ่งเป็นการซื้อบริการที่มีสินค้าความมาด้วยและไม่สามารถเก็บไว้ได้ ธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ จากผลการศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านอาหารและเครื่องดื่ม) พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัย ด้านความสะอาดของอาหาร ความสดของอาหาร ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ รสชาติของอาหาร ความหลากหลายของอาหาร รสชาติของเครื่องดื่ม (คืออกเทล, น้ำส้มคั้น, กาแฟ) ความหลากหลายของเครื่องดื่ม และการตกแต่งอาหาร ผลการศึกษา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านด้านดนตรี) พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ด้านความไพเราะของวงดนตรี

ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ความสนุกสนานของคนตรี นักร้องร้องเพลงไพเราะ และแนวเพลงดนตรี ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ สุปรียา วรรณเดชะคุปต์ และคณะที่ศึกษาเรื่อง “คู่มือการพัฒนาการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคาร” ซึ่งพบว่า ชาวต่างประเทศประทับใจในการใช้บริการภัตตาคารในด้านอาหารคือ ความสะอาดของอาหาร รสชาติของอาหาร เมนูอาหารหลากหลาย

#### ปัจจัยด้านราคา

ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็จะตัดสินใจซื้อ ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร เรียงตามลำดับได้แก่ ราคาอาหาร ราคาเบียร์ (น้ำแข็ง, น้ำอัดลม, โซดา, น้ำ) ราคาเหล้าต่อขวด และราคาเบียร์ต่อขวด

#### ปัจจัยด้านสถานที่

โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด กระบวนการจัดจำหน่ายของรัฐกิจบริการจะเกี่ยวข้องกับสถานที่ของผับและภัตตาคารที่จะให้บริการส่งถึงลูกค้า จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร เรียงตามลำดับ ได้แก่ มีที่จอดรถเพียงพอทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ได้สอดคล้องกับการศึกษาของ สุปรียา วรรณเดชะคุปต์และคณะ ที่ศึกษาเรื่อง “คู่มือการพัฒนาการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคาร” ซึ่งพบว่า สิ่งสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการภัตตาคาร ได้แก่ ด้านสถานที่ (การไป-มาสะดวก) แสดงให้เห็นว่าลูกค้าชาวไทยส่วนใหญ่ มีพาหนะส่วนตัว จึงให้ความสำคัญกับการมีที่จอดรถเพียงพอเป็นอันดับแรก ส่วนลูกค้าชาวต่างประเทศ ไม่มีพาหนะส่วนตัว ดังนั้นจึงให้ความสำคัญกับการไป-มาสะดวก

#### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมที่ดี การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร เรียงตามลำดับได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G) ชื่อ 1 แกรม 1 เพคเกจเหล้าราคาถูก การลดราคาอาหาร การลดราคาเหล้าต่อขวด การลดราคาเบียร์ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ การลดราคาเบียร์ต่อขวด Happy Hour การเสนอ

เมนูอาหารใหม่ การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ การลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ การแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน

#### ปัจจัยด้านพนักงาน

บุคคลหรือพนักงานต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งอื่น พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับธุรกิจได้ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านพนักงานที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในระดับความสำคัญมากที่สุดคือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างถูกต้องและรวดเร็ว พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม พนักงานรับรถสุภาพและดูแลรถลูกค้าเป็นอย่างดี พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี พนักงานบริการห้องน้ำมีความสุภาพ กริยามารยาทดี พนักงานแต่งกายเหมาะสมและสุภาพ ซึ่งผลการศึกษา พบว่าได้สอดคล้องกับการศึกษาของ สุปรียา ควระเดชะคุปต์และคณะ ที่ศึกษาเรื่อง “คู่มือการพัฒนาการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคาร” ซึ่งพบว่า ด้านการบริการที่ชาวต่างประเทศให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ พนักงานมีมารยาทอ่อนน้อมและสุภาพ การบริการรวดเร็ว พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส และลูกค้าชาวไทยยังให้ความสำคัญเพิ่มเติมกับ ความเป็นกันเองของพนักงานที่มีต่อลูกค้า อาจเนื่องมาจากวิถีชีวิตของชาวไทยแต่เดิม เป็นลักษณะเสริมสร้างความเป็นมิตรกับบุคคลอื่น ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง

#### ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

การพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า โดยผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ต่างๆ ที่ลูกค้าจะได้รับ ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก บรรยากาศของร้าน การดีไซน์และตกแต่งร้าน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ การมีห้องน้ำสะอาด มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญมาก เรียงลำดับได้แก่ มีสถานที่สะอาด ภายในกว้างขวาง โลง-ไม่อึดอัด บรรยากาศในร้านให้ความรู้สึกที่ปลอดภัย บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง อบอุ่น เก้าอี้นั่งสบาย มีที่นั่งเพียงพอ การตกแต่งภายในสวยงาม การตกแต่งภายนอกดูสวยงาม ดูดี ภาพลักษณ์ของร้านดูดี ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ซึ่งผลการศึกษาได้สอดคล้องกับการศึกษาของ สุปรียา ควระเดชะคุปต์และคณะ ที่ศึกษาเรื่อง “คู่มือ



การพัฒนาการให้บริการในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวแนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคาร” ซึ่งพบว่า สิ่งสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการภัตตาคาร ได้แก่ด้านสถานที่ (ความสะอาดของสถานที่ ความปลอดภัยในสถานที่ ความสะอาดของห้องน้ำ และ การมีบรรยากาศที่ดี ) ดังนั้นเห็นได้ว่า ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการประเภทร้านอาหาร มีความสำคัญต่อผู้บริโภคทั้งในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยเฉพาะด้าน ความสะอาด ความปลอดภัย และบรรยากาศของร้าน แต่อย่างไรก็ตามผู้บริโภคชาวไทย ยังให้ความสำคัญกับความกว้างขวาง โลง-ไม้โอ๊คอัดของร้าน อาจเนื่องมาจากวัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตของคนไทยแตกต่างจากต่างชาติ

#### ปัจจัยด้านกระบวนการ

เป็นกระบวนการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และประทับใจลูกค้า โดยธุรกิจภัตและภัตตาคารควรเสนอคุณภาพการให้บริการขณะที่ลูกค้ามีความต้องการ ณ สถานที่ที่ลูกค้าต้องการ และในรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้ภัตและภัตตาคาร ทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน แลทเชียร์คิดเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว มีการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค มีการประสานงานกันเป็นอย่างดี การจองโต๊ะซึ่งผลการศึกษาได้สอดคล้องกับการศึกษาของ สุปรียา ควรเดชะคุปต์และคณะ ที่ศึกษาเรื่อง “คู่มือการพัฒนาการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคาร” ซึ่งพบว่า สิ่งสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการภัตตาคาร ด้านสถานที่ ได้แก่ ความสะอาดของภาชนะที่ใช้

#### ข้อค้นพบ

จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการภัตและภัตตาคาร ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และจะไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปี
- สื่อที่รู้จักภัตและภัตตาคารคือ เพื่อนแนะนำ โดยมีสื่อด้านอินเทอร์เน็ตเป็นลำดับสุดท้าย ส่วนด้านอื่น ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักภัตและภัตตาคารได้แก่การขับรถผ่านเห็นสาวสวย เลขแหวะ อยากรอง ขับรถผ่านบรรยากาศดีน่านั่ง

จากข้อมูลในส่วนพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร

- วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปใช้บริการผับและภัตตาคารบ่อยคือ วันศุกร์และวันเสาร์ ในช่วงระหว่างเวลา 18.00 น. – 21.00 น. และมีความถี่ในการใช้บริการเดือนละครั้งหรือต่ำกว่า

- เครื่องดื่มที่ผู้ตอบแบบสอบถามสั่งเป็นประจำได้แก่ เหล้า/วิสกี้ เบียร์ต่าง ๆ จะไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามสั่งเครื่องดื่มประเภท ไวน์เป็นประจำเลย

- ในการสั่งอาหารพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามสั่งอาหารตามเมนู/รายการอาหาร โดยอาหารที่สั่งประจำได้แก่ อาหารประเภทยำ อาหารประเภทกั๊บกั๊บล่อม และพบว่าอาหารประเภทย่าง/นึ่ง และอาหารอื่น ๆ ที่พบได้แก่ อาหารเหนือ อาหารประเภทปลา อาหารนอกเมนูอาหารตามเมนูพิเศษ จะน้อยกว่าอาหารประเภทอื่น ๆ

- โอกาสที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวผับและภัตตาคาร เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนโอกาสด้านอื่น ๆ ที่พบได้แก่ ทุก ๆ เวลาที่มีโอกาสและมีเงิน เพื่อนนั่งทานก่อนแล้วโทรเรียก มีความชอบพอกับพนักงานบริการเป็นพิเศษ

- จากแบบสอบถาม พบว่า โดยส่วนใหญ่บุคคลแนะนำที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร คือ เพื่อนหรือผู้ร่วมงาน

จากข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร

- จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด (เช่น การโฆษณา ส่วนลดราคา การจัดคอนเสิร์ต การจัดเมนูพิเศษ) จะเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านอาหารและเครื่องดื่ม) กลุ่มอายุระหว่าง 20-25 ปี ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนอายุ 41-45 ปี จะให้ความสำคัญในระดับน้อยด้าน ความหลากหลายของเครื่องดื่ม อาชีพนักศึกษาจะให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยด้านรสชาติของอาหารมากกว่าอาชีพอื่น ๆ ส่วนผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับน้อยกับปัจจัยด้านการตกแต่งอาหาร รายได้มากกว่า 20,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสดของอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านดนตรี) กลุ่มอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว และรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และอายุ 46-50 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสนุกสนานของดนตรีและอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

- ปัจจัยด้านราคา พบว่า ราคาจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคารสำหรับกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านราคาอาหาร ราคาเหล้าต่อขวด ราคาเบียร์ต่อขวด และราคามิกเซอร์ และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด กลุ่มอาชีพนักศึกษา และผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาอาหาร และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

- ในส่วนของปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการมีสิ่งอำนวยความสะดวก (เช่น มีรถรับส่ง, มีโทรศัพท์สาธารณะ) เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับน้อย และ กลุ่มอายุ 46-50 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านการมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G) และอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนกลุ่ม อายุ 26-50 ปี อาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง พนักงานบริษัท และอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญในระดับน้อยกับปัจจัยด้านการจัดคอนเสิร์ต กลุ่มอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญในระดับน้อยกับปัจจัยด้าน การลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ การแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ของร้าน การเสนอเมนูอาหารใหม่ Happy Hour กลุ่มอายุ 46-50 ปี ให้ความสำคัญในระดับน้อยกับปัจจัยด้านการลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ การแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ของร้าน การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ กลุ่มอาชีพ ลูกจ้าง พนักงานบริษัทให้ความสำคัญในระดับน้อยกับปัจจัยด้านการแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ของร้าน การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ Happy Hour กลุ่มรายได้ 10,001-15,000 บาท พบว่าให้ความสำคัญระดับน้อยกับปัจจัยด้านการลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ปัจจัยด้านการแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ของร้าน กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญระดับน้อยกับปัจจัยด้าน การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ ส่วนกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับน้อยกับปัจจัยด้าน การลดราคามิกเซอร์ เพคเกจเหล้าราคาถูก การลดราคาเบียร์ต่อขวด การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ การเสนอเมนูอาหารใหม่ Happy Hour

- ปัจจัยด้านพนักงาน พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านพนักงานต้อนรับ มีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้นและอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด กลุ่มอายุ 46-50 ปี กลุ่มอาชีพอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนกลุ่มรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนผู้อยู่อาศัย

ในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ผู้อาศัยอยู่ต่างจังหวัด พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

- ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านมีห้องน้ำสะอาดและมีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านการเปิดบริการมานานแล้ว พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับน้อย กลุ่มอายุ 46-50 ปี ให้ความสำคัญน้อยกว่าปัจจัยด้าน ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย

- ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า กลุ่มอายุ 31-35 ปี 41-45 ปี อาชีพรัฐวิสาหกิจ รายได้ 15,001-20,000 บาท มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับน้อยกว่าปัจจัยด้าน การจองโต๊ะ อายุ 46 - 50 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน มีการให้บริการอย่างเสมอภาค แคทเชียร์คิดเงินถูกต้องรวดเร็ว และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ภาชนะอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน และอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

ตารางสรุปข้อค้นพบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่อยู่อาศัย ดังตารางต่อไปนี้

สรุปข้อมูลปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการใช้บริการและผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการและผู้บริโภคในการจ่ายค่าบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการ การตลาดบริการ	อายุ (ปี)						
	20 - 25	26 - 30	31 - 35	36 - 40	41 - 45	46 - 50	
1. ด้านผลิตภัณฑ์ - ด้านอาหารและเครื่องดื่ม - ด้านคนตรี	- ความสะอาดของอาหาร (4.60) - ความไพเราะของวงดนตรี (4.38) ราคาอาหาร (4.38)	- ความสะอาดของอาหาร (4.52) - ความสนุกสนานของคนตรี (4.56) - นักร้องร้องเพลงไพเราะ (4.54) ราคาอาหาร (4.10)	- ความสะอาดของอาหาร (4.54) - ความไพเราะของวงดนตรี (4.69) - นักร้องร้องเพลงไพเราะ (4.54) ราคาอาหาร (4.25)	- ความสะอาดของอาหาร (4.54) - ความไพเราะของวงดนตรี (4.69) - นักร้องร้องเพลงไพเราะ (4.54) ราคาอาหาร (4.29)	- ความสะอาดของอาหาร (4.49) - ความสนุกสนานของคนตรี (4.49), นักร้องร้องเพลงไพเราะ (4.49) ราคาอาหาร (4.30)	- รสชาติของอาหาร (4.45) - ความสนุกสนานของคนตรี (4.64) ราคาอาหาร (4.55), ราคาเครื่องดื่ม (4.55), ราคาเบียร์ (4.55), ราคาเบียร์ (4.55) ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.73)	
2. ด้านราคา	ราคาอาหาร (4.38)	ราคาอาหาร (4.10)	ราคาอาหาร (4.25)	ราคาอาหาร (4.29)	ราคาอาหาร (4.30)	ราคาอาหาร (4.55), ราคาเครื่องดื่ม (4.55), ราคาเบียร์ (4.55), ราคาเบียร์ (4.55) ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.73)	
3. ด้านสถานที่	มีที่จอดรถเพียงพอ (4.01)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.10)	มีที่จอดรถเพียงพอ (4.40)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.40)	มีที่จอดรถเพียงพอ (4.43)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.73)	
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพลงเท่ๆ ให้ความสนุกสนาน (4.13)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P-G) (3.77)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P-G) (4.04)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P-G) (4.34)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P-G) (4.30)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P-G) (4.09)	
5. ด้านพนักงาน	พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (4.47)	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (4.56)	พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น (4.69)	พนักงานบริการห้องนั่งเล่นมีความสุภาพ กริยามารยาดี (4.60)	พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น (4.65)	พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส, พนักงานบริการสุขภาพและดูแลรถเป็นอย่างดี (4.82)	
6. ด้านกระบวนการ	ภาชนะอุปกรณ์เครื่องดื่มสะอาด (4.37)	อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (4.45)	การที่ทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน (4.57), ภาชนะอุปกรณ์เครื่องดื่มสะอาด (4.57)	การที่ทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน (4.37), แคทเชียร์ที่ดี (4.37)	ภาชนะอุปกรณ์เครื่องดื่มสะอาด (4.49), มีการประสานงานกันเป็นอย่างดี (4.49)	การที่ทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน (4.46), มีการให้บริการอย่างสมอบภาค (4.46), แคทเชียร์ที่ดีเงินได้ถูกต้อง รวดเร็ว (4.46)	
7. ด้านการส่งเสริมการขาย ลักษณะทางกายภาพ	มีห้องนั่งเล่น (4.51)	มีห้องนั่งเล่น (4.55)	มีห้องนั่งเล่น (4.68)	มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี (4.51)	มีห้องนั่งเล่น (4.65)	บรรยากาศของร้านเป็นกันเองอบอุ่น (4.64), มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี, มีห้องนั่งเล่น (4.64)	

สรุปข้อมูลปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการเลือกใช้บริการผู้ให้บริการผู้และภัตตาคาร จำนวนตามอาชีพ

อาชีพ					
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	นักศึกษามหาวิทยาลัย	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง, พนักงานบริษัท	ค้าขาย
1. ผลิตภัณฑ์ - ด้านอาหารและเครื่องดื่ม - ด้านคนตรี	- ราคาดีของอาหาร (4.64) - ความพึงพอใจของเครื่องดื่ม (4.50)	- ความสะอาดของอาหาร (4.49) - นักร้องเพลงไพเราะ (4.41)	- ความสะอาดของอาหาร (4.60) - ความสนุกสนานของคนตรี (4.48)	- ความสะอาดของอาหาร (4.47) - ความสนุกสนานของคนตรี (4.46)	- ความสะอาดของอาหาร (4.59) - ความสนุกสนานของคนตรี (4.58)
2. ด้านราคา	ราคาอาหาร (4.54)	ราคาอาหาร (4.41)	ราคาอาหาร (3.28)	ราคาอาหาร (4.19)	ราคาอาหาร (4.23)
3. ด้านสถานที่	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.02)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.39)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.40)	มีที่จอดรถเพียงพอ (4.27)	มีที่จอดรถเพียงพอ (4.27)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	การซื้อ 1 แคม (4.12)	การลดราคาอาหาร (4.06)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G) (4.08)	เพลงและเสียงร่ายรำ (3.94)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G) (4.12)
5. ด้านพนักงาน	พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ อ่อนโยน (4.64), พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว (4.64), พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีเยี่ยม (4.64)	พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ อ่อนโยน (4.59) พนักงานเป็นกันเองกับลูกค้า (4.59)	พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ อ่อนโยน (4.60) พนักงานเป็นกันเองกับลูกค้า (4.60)	พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ อ่อนโยน (4.48) พนักงานเป็นกันเองกับลูกค้า (4.48)	พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ อ่อนโยน (4.71) พนักงานเป็นกันเองกับลูกค้า (4.71)
6. ด้านกระบวนการ	อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว (4.36) ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด (4.36)	การทำความสะอาดห้องรับเมื่อท่านเดินเข้ามา (4.43), มีการให้บริการอย่างสมอบภาค, เศษขยะ ถังขยะได้ถูกจัดวางไว้อย่างดี (4.43), มีการประสานงานกันเป็นอย่างดี (4.43)	การทำความสะอาดห้องรับเมื่อท่านเดินเข้ามา (4.44)	ภาชนะอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด (4.42)	ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด (4.55)
7. ด้านการสร้างและนำเสนอสัญญาทางภาษา	มีห้องนำเสนอสื่อ (4.64)	มีระบบนำเสนอสื่อ (4.43)	มีห้องนำเสนอสื่อ, มีระบบนำเสนอสื่อ (4.68)	มีห้องนำเสนอสื่อ (4.63)	มีระบบนำเสนอสื่อ (4.58)

## สรุปข้อมูลปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผู้ให้บริการผู้ให้บริการจำหน่ายอาหาร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	รายได้ (บาท)				
	ต่ำกว่า 5,000	5,001 – 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000
บริการ					
1. ผลิตภัณฑ์					
- ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	- ความสะอาดของอาหาร (4.61)	- ความสะอาดของอาหาร (4.43)	- ความสะอาดของอาหาร, รสชาติของอาหาร (4.59)	- ความสะอาดของอาหาร (4.69)	- ความสะอาดของอาหาร (4.69)
- ด้านคนตรี	- ความสนุกสนานของคนตรี (4.39)	- ความสนุกสนานของคนตรี (4.55)	- ความสนุกสนานของคนตรี (4.46)	- ความสนุกสนานของคนตรี (4.53)	- แนวเพลงคนตรี (4.50)
2. ด้านราคา	ราคาอาหาร (4.53)	ราคามิกเซอร์ (4.41)	ราคาอาหาร (4.24)	ราคาอาหาร (4.05)	ราคาอาหาร (3.93)
3. ด้านสถานที่	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.12), มีที่จอดรถเพียงพอ (4.12)	มีที่จอดรถเพียงพอ (4.25)	มีที่จอดรถเพียงพอ (4.26)	มีที่จอดรถเพียงพอ (4.39)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.24)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	การลดราคาอาหาร(4.15)	ชื่อ I แคม I (4.11)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G) (4.04)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G) (4.16)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G) (3.90)
5. ด้านพนักงาน	พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น (4.47)	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส(4.49)	พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (4.08)	พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (4.66)	พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น (4.71)
6. ด้านกระบวนการ	อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (4.41)	ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด(4.49)	การทำความสะอาดและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน (4.60)	ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด (4.39)	การทำความสะอาดและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน (4.40)
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	สถานที่สะอาด (4.53)	มีห้องน้ำสะอาด (4.53)	มีห้องน้ำสะอาด (4.62)	มีห้องน้ำสะอาด(4.50), มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี (4.50)	มีห้องน้ำสะอาด (4.67)

สรุปข้อมูลปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร  
จำแนกตามที่อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ที่อยู่อาศัย	
	ในจังหวัดเชียงราย	ต่างจังหวัด
1. ด้านผลิตภัณฑ์ - ด้านอาหารและ เครื่องดื่ม - ด้านดนตรี	- ความสดของอาหาร (4.50) - ความสนุกสนานของดนตรี (4.46)	- ความสะอาดของอาหาร (4.58) - ความไพเราะของวงดนตรี (4.51)
2. ด้านราคา	ราคาอาหาร (4.23)	ราคาอาหาร (4.32)
3. ด้านสถานที่	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดิน ทาง (4.16)	มีที่จอดรถเพียงพอ (4.26)
4. ด้านการส่งเสริมการ ตลาด	การมีพนักงานแนะนำอาหาร และเครื่องดื่ม (P.G) (4.03)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและ เครื่องดื่ม (P.G) (4.03) , ชื่อ 1 แถม 1 (4.03)
5. ด้านพนักงาน	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (4.50)	พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้ม แย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับ ลูกค้า (4.63)
6. ด้านกระบวนการ	ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่อง ใช้สะอาด (4.40), มีการให้ บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค (4.40)	ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ สะอาด (4.49)
7. ด้านการสร้างและนำ เสนอทางกายภาพ	มีห้องน้ำสะอาด (4.57)	มีห้องน้ำสะอาด (4.55)



### ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาวิจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ ผับและภัตตาคาร สามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นประโยชน์ และเสนอแนะแนวทางให้กับผู้ประกอบการ ธุรกิจผับและภัตตาคาร ในการวางแผนดำเนินงานและผู้สนใจทั่วไปดังนี้

#### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- จากผลการศึกษาพบว่า ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ดังนั้น ผู้ประกอบการควรนำไปพิจารณาในการแบ่งส่วนตลาดบริการของผับและภัตตาคาร โดยใช้ตัวแปร ในการแบ่งส่วนตลาดที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของผู้บริโภคตามเกณฑ์ทางประชากร เช่น อายุ เพศ อาชีพ รายได้ ที่อยู่อาศัย เป็นต้น ทั้งนี้จะช่วยให้การวางแผนการตลาดในแต่ละกลุ่มเป็นไปอย่าง ถูกต้อง และโดยมากกลุ่มตลาดที่ใช้บริการผับและภัตตาคารจะอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20-40 ปี ซึ่ง ในปัจจุบันตามการจัดระเบียบทางสังคมกฎหมายกำหนดให้ผู้ใช้สถานบริการต้องมีอายุครบ 20 ปี บริบูรณ์

- ธุรกิจผับและภัตตาคารจังหวัดเชียงรายในเขตอำเภอเมือง มีสถานบริการผับและ ภัตตาคารไม่มากนัก (จำนวน 10 แห่ง) ดังนั้นสื่อที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักผับและภัตตาคารส่วนใหญ่ จะเป็นการเผยแพร่แบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) จากเพื่อนแนะนำหรือ ผู้ร่วมงานแนะนำ ดังนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณางบประมาณด้านการส่งเสริมการตลาดให้อยู่ใน งบประมาณที่พอเหมาะ โดยจัดสรรงบประมาณด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการฝึกอบรมพนักงาน ด้าน ผลิตภัณฑ์(อาหาร เครื่องดื่ม คนตรี) มากกว่าด้านการส่งเสริมการตลาด

#### ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการผับและภัตตาคาร

- ส่วนใหญ่ผู้บริโภคใช้บริการในวันศุกร์และเสาร์มากกว่าวันอื่น ๆ ดังนั้นสถาน บริการควรปรับความสมดุลระหว่างความต้องการของลูกค้าและการให้บริการให้ โดยช่วงที่ลูกค้า ใช้บริการมากควรจ้างพนักงานชั่วคราว (Parttime) มาเสริมการให้บริการ

- อาหารที่สั่งเป็นประจำส่วนใหญ่ได้แก่ อาหารประเภทยำและกับแกงส้ม ควรมีการจัด เมนูโดยให้ความสำคัญเรื่องอาหารที่สามารถรับประทานควบคู่กับการดื่มเหล้า/วิสกี้ และเบียร์ได้

- การสั่งอาหารโดยมากมีวิธีการสั่งอาหารตามเมนู ดังนั้นการจัดทำเมนูควรจัดทำราย การอาหารให้ชัดเจน มีสิ่งดึงดูดใจลูกค้า เช่น มีรูปภาพอาหารและเครื่องดื่มประกอบ หรือจัดทำ เมนูตั้งโต๊ะเพื่อให้ลูกค้าทราบว่ามีรายการอาหารและเครื่องดื่มพิเศษ มีรายการอาหารตาม ฤดูกาล หรือทำป้ายรายการอาหารพิเศษประจำวันติดไว้หน้าร้าน หรือบริเวณที่เห็นได้ชัดเจน หากเป็น รายการอาหารพิเศษหรือรายการอาหารที่คิดค้นขึ้นใหม่ ควรจัดพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้รับทราบ

- การจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทไวน์ที่พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ได้สั่งเป็นประจำ ดังนั้นหากสถานประกอบการมีความต้องการจำหน่ายไวน์ในผับและภัตตาคาร ควรมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่มเพื่อแนะนำสินค้าและช่วยส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าโดยตรง พร้อมกับมีตัวอย่างของไวน์ที่ต้องการจำหน่ายให้ลูกค้าได้เลือกซื้อ

- ลักษณะของการใช้บริการผับและภัตตาคารของผู้บริโภคส่วนใหญ่ จะมีโอกาสต่าง ๆ กัน โดยรวมแล้วโอกาสที่ใช้บริการผับและภัตตาคารคือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ พบปะสังสรรค์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์ของผู้ใช้บริการ ดังนั้นสถานประกอบการควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดตามเหตุการณ์ (Event Marketing) เช่น เทศกาลบอลโลก วันสงกรานต์ วันฮาโลวีน เป็นต้น เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นตาม โอกาสต่าง ๆ

#### ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

##### ด้านผลิตภัณฑ์ (อาหารและเครื่องดื่ม)

- สถานที่ให้บริการควรให้ความสำคัญกับมาตรฐานของอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะเรื่อง ความสะอาด ความสดของอาหารและรสชาติของอาหาร ควรมีแบบสอบถามสำหรับผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อตรวจสอบและประเมินผลอยู่เสมอ

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนต่าง ๆ พบว่ามีความแตกต่างกันในแต่ละด้าน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ (อาหารและเครื่องดื่ม) จำแนกตามกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

1. กลุ่มอายุ 20-25 ปี ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้านความสะอาดของอาหาร
2. กลุ่มอาชีพนักศึกษา ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้านรสชาติของอาหาร
3. กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน ความสดของอาหาร

- การจัดการเรื่องอาหารให้ได้มาตรฐาน ซึ่งลักษณะของงานบริการจะมีลักษณะที่ไม่มีตัวตน (ลูกค้าไม่สามารถชิมอาหารได้ก่อนสั่ง) คุณภาพของอาหารไม่คงที่(ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ เวลา สถานที่ และวิธีการในการให้บริการ) ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหารควรมีการวางแผนการจัดการเกี่ยวกับงานห้องครัว ให้มีสูตรการทำอาหารที่เป็นแบบมาตรฐาน การจัดการคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ในการทำอาหาร การเก็บรักษา ถนอมอาหาร และการทำความสะอาดวัตถุดิบ เพื่อ การรักษาคุณภาพมาตรฐานด้าน ความสะอาด ความสด และรสชาติของอาหาร

- ควรมีการวางแผนด้านรายการอาหารของแต่ละร้านที่มีความชำนาญเป็นพิเศษ หรือสามารถทำได้ดีกว่าคู่แข่งขึ้น โดยขึ้นรายการอาหารว่า “อาหารอร่อย” ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าอาหารประเภทนี้อร่อยแน่นอน

- ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่อง อาหารที่สั่งได้ช้า ดังนั้นการจัดการเรื่องอาหาร ควรจัดให้มีพนักงานตรวจเช็คอาหาร (Checker) ทำหน้าที่คอยจัดอาหารให้ออกตามออเดอร์ (ใบสั่งอาหาร) ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และจัดพนักงานห้องครัว กู้ก ผู้ช่วยกู้กให้มีจำนวนเพียงพอกับช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการมาก และควรมีการเขียนระยะเวลาของอาหารที่ใช้เวลานานเป็นพิเศษในเมนู/รายการอาหาร เพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้ให้บริการ

#### ด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านดนตรี)

- การจัดการด้านดนตรี ควรเน้นในเรื่องของความไพเราะของวงดนตรี สามารถเล่นได้หลากหลายรูปแบบทั้งเพลงสากล เพลงไทย และปรับระดับเสียงดนตรีให้พอเหมาะกับสถานที่ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนต่าง ๆ พบว่ามีความแตกต่างกันในแต่ละด้าน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านดนตรี) จำแนกตามกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

1. กลุ่มอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และอายุ 46-50 ปี ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้านความสนุกสนานของวงดนตรี

#### ด้านราคา

- ราคาอาหารควรเป็นราคาที่สมเหตุสมผล ยุติธรรมสำหรับลูกค้า ให้เหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจ โดยผู้ประกอบการควรพิจารณาด้านต้นทุนของอาหารประกอบการพิจารณา เช่น การตั้งราคาอาหารที่สูงกว่าคู่แข่งขึ้นเพื่อสร้างความแตกต่าง ควรมีคุณภาพของอาหารที่ผู้บริโภคยอมรับได้ ทางร้านอาจมีการจัดโชว์ป้ายเซลล์ชวนชิม ป้าย Green Food Good Test เพื่อเป็นการรับประกันในเรื่องรสชาติของอาหาร

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนต่าง ๆ พบว่ามีความแตกต่างกันในแต่ละด้าน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

1. กลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้านราคาอาหาร ราคาเหล้าต่อขวด ราคาเบียร์ต่อขวด และราคามิกเซอร์

2. กลุ่มอาชีพนักศึกษาและผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน ราคาอาหาร

#### ด้านสถานที่

- สถานที่บริการขับและภัตตาคาร ควรจัดให้มีที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนของลูกค้าที่มาใช้บริการ และควรมีพนักงานคอยอำนวยความสะดวกในการรับรถดูแลรถให้ลูกค้าเป็นอย่างดี เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่าอายุ 46-50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ท่าเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวเป็นพิเศษ

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

- การส่งเสริมการตลาดโดยใช้พนักงานขาย สามารถสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อได้เป็นอย่างดี ควรจัดให้มีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่มประจำร้าน เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายโดยตรงแก่ผู้มาใช้บริการ และเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับทางร้าน
- ในช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการน้อย คือ ช่วงเวลา ก่อน 18.00 น. การจัดการส่งเสริมการตลาดด้าน ชื่อ 1 แลม 1 โดยกำหนดช่วงเวลาก่อน 20.00น. เพื่อเพิ่มจำนวนผู้มาใช้บริการ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนต่าง ๆ พบว่า มีความแตกต่างกัน ในแต่ละด้าน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

1. กลุ่มอายุ 20-25 ปี ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษ กับปัจจัยด้าน เพศเกษเห้าราคาถูก
2. กลุ่มอาชีพนักศึกษา ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน ชื่อ 1 แลม 1 (เช่น เบียร์สด 1 เข็ยอก แลมฟรีอีก 1 เข็ยอก)
3. กลุ่มอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม
4. กลุ่มรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน การลดราคาอาหาร
5. กลุ่มผู้อาศัยต่างจังหวัด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม ชื่อ 1 แลม 1 (เช่น เบียร์สด 1 เข็ยอก แลมฟรีอีก 1 เข็ยอก)

### ด้านพนักงาน

- เป็นปัจจัยการตลาดบริการ ที่ผู้บริโภคให้การยอมรับว่าเป็นปัจจัยที่สามารถจูงใจหรือสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ และสามารถสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจหับและภัตตาคารได้ ดังนั้นควรมีการฝึกอบรมพนักงานบริการอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะเทคนิคการให้บริการ และควรมีการสร้างเชื่อมั่นกับลูกค้าในด้านการบริการ เช่น การติดป้าย “หากพนักงานบริการไม่สุภาพ กรุณาแจ้งผู้จัดการ”

- การแต่งกายของพนักงาน ควรแต่งกายให้เหมาะสม มีเอกลักษณ์ หรือแต่งกายให้เข้ากับเทศกาล

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่อยู่อาศัยต่าง ๆ พบว่ามีความแตกต่างกันในแต่ละด้าน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านพนักงานจำแนกตามกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

1. กลุ่มอายุ 40-50 ปี กลุ่มชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน พนักงานมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส
2. กลุ่มรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น
3. กลุ่มผู้อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่รายผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และผู้อยู่อาศัยต่างจังหวัด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษ ปัจจัยด้าน พนักงานต้อนรับ มีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส

### ด้านกระบวนการ

- มีการเตรียมภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ให้สะอาด โดยมีการตรวจเช็คอยู่เสมอ ภาชนะบางชนิดควรมีการห่อหุ้มเพื่อเป็นการรับประกันความสะอาด เช่น ตะเกียบ ไม้จิ้มฟัน อบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องสุขาภิบาลด้านอาหารและเครื่องดื่ม

- พัฒนาความรู้ความสามารถในทักษะการทำงานของพนักงาน สร้างทัศนคติที่ดีให้พนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของงานบริการ มีการประเมินผลการทำงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ กำหนดมาตรฐานหรือระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มพูนคุณภาพของงานบริการ

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ต่าง ๆ พบว่ามีความแตกต่างกันในแต่ละด้าน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการจำแนกตามกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

1. กลุ่มอายุ 46-50 ปี ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน การพักผ่อนและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค แคทเซียร์คิดเงินถูกต้อง รวดเร็ว
2. กลุ่มอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน ภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด
3. กลุ่มรายได้ 10,001-15,000 บาท ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน การพักผ่อนและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน

#### ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

- ลักษณะของสถานบริการควรจัดให้มีห้องน้ำที่พอเพียง และสะอาด ควรมีพนักงานดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำอยู่เสมอ
- ควรจัดบริเวณพื้นที่สูบบุหรี่ต่างหากจากบริเวณพื้นที่ไม่สูบบุหรี่ที่จัดเจน และมีระบบการติดตั้งเครื่องฟอกอากาศ หรือระบบพัดลมดูดควัน เพื่อถ่ายเทอากาศภายในที่ดี
- ควรมีพนักงานประจำ เพื่อทำความสะอาดบริเวณสถานที่ให้บริการอยู่เสมอ
- ภายในร้าน ควรจัดบรรยากาศให้มีความรู้สึกที่เป็นกันเองอบอุ่น โลง-กว้างขวาง ไม่อึดอัด ลักษณะของการจัดโต๊ะและเก้าอี้ ไม่ชิดกันเกินไป มีที่นั่งเพียงพอและเก้าอี้นั่งสบาย บริเวณห้องน้ำควรมีการเขียนป้ายบอกชัดเจน โดยแยกห้องน้ำหญิงและห้องน้ำชายจากกัน

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ต่าง ๆ พบว่ามีความแตกต่างกันในแต่ละด้าน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพตามกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

1. กลุ่มอายุ 46-50 ปี ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน มีห้องน้ำสะอาด
2. กลุ่มอาชีพรัฐวิสาหกิจ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน มีห้องน้ำสะอาด มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี
3. กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยด้าน มีห้องน้ำสะอาด

#### ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

- รูปแบบของผ้าและภัตตาคารที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน มีรูปแบบที่เป็นสถานที่ โลงกว้างขวาง บรรยากาศดี มีระบบถ่ายเทอากาศที่ดี มีห้องน้ำที่เพียงพอและสะอาด และมีที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนของลูกค้าที่มาใช้บริการ
- ปัจจัยทางการตลาดทุกปัจจัยมีความสำคัญต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผ้าและภัตตาคาร โดยเฉพาะปัจจัยด้านพนักงาน ซึ่งมีความหมายโดยนัยสำคัญอยู่ ดังนั้น การสร้างความแตกต่างทางด้านพนักงาน เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับธุรกิจ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับผู้ใช้บริการ

#### ข้อจำกัดในการวิจัย

- ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการคือ ช่วงเวลา 18.00น.-21.00น. พบว่า เนื่องจากข้อจำกัดของการเก็บแบบสอบถาม หากเก็บข้อมูลหลังจาก 21.00น. ผู้ที่มาใช้บริการอยู่ในสภาพที่ไม่พร้อมให้ข้อมูล ดังนั้นส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจึงตอบช่วงเวลา 18.00น.-21.00น.มากที่สุด