

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาคำพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ  
วาวิในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ได้แบ่งผลการศึกษา ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อาชีพ อายุ ระดับ  
การศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สาขาของร้านกาแฟวาวิที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้  
บริการ จำนวนเงินที่จ่ายต่อครั้งโดยเฉลี่ย ประเภทของสินค้าที่บริโภค ลักษณะการให้บริการที่  
ร้านกาแฟวาวิ จำนวนคนที่มาใช้บริการ สื่อที่ทำให้รู้จักร้านกาแฟวาวิ ความพึงพอใจในการใช้  
บริการ เวลาที่ใช้บริการน้อยที่สุด และวันที่มาใช้บริการน้อยที่สุด (ตารางที่ 1 - 15)

ส่วนที่ 2 ข้อมูล ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ  
ร้านกาแฟวาวิในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่  
ที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ  
ด้านกระบวนการ (ตารางที่ 16 - 23)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านกาแฟวาวิ ประกอบด้วย ปัญหาด้าน  
ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและ  
นำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ (ตารางที่ 24 - 30)

ส่วนที่ 4 ข้อมูล ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ  
ร้านกาแฟวาวิในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน  
(ตารางที่ 31 - 54)

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	138	57.5
หญิง	102	42.5
รวม	240	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย ร้อยละ 57.5 เพศหญิง ร้อยละ 42.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	41	17.0
เกษตรกร	4	1.7
พนักงานบริษัทห้างฯ ร้าน เอกชน	64	26.7
เจ้าของกิจการ	99	41.3
นักเรียน นักศึกษา	19	7.9
อื่นๆ	13	5.4
รวม	240	100.0

หมายเหตุ : อาชีพอื่นๆ ได้แก่ แพทย์ (1) ที่ปรึกษาธุรกิจบริการ (1) ว่างงาน (2) นักออกแบบอิสระ (2) พนักงานขายตรง (2) รับจ้าง (5)

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเจ้าของกิจการ มากที่สุด ร้อยละ 41.3 รองลงมา อาชีพพนักงานบริษัทห้างฯ ร้าน เอกชน ร้อยละ 26.7 และอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 17.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	26	10.8
20 - 30 ปี	120	50.0
31 - 40 ปี	64	26.7
41 - 50 ปี	26	10.8
มากกว่า 50 ปี	4	1.7
รวม	240	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 20 – 30 ปี ร้อยละ 50.0 รองลงมา อายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 26.7 และ อายุ ต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 51 – 50 ปี มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 10.8

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	3	1.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย	24	10.0
อนุปริญญา	35	14.6
ปริญญาตรี	135	56.3
สูงกว่าปริญญาตรี	43	17.9
รวม	240	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.3 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 17.9 และอนุปริญญา ร้อยละ 14.6

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	44	18.3
5,000 - 10,000 บาท	64	26.7
10,001-15,000 บาท	47	19.6
15,001-20,000 บาท	28	11.7
20,001-25,000 บาท	16	6.7
มากกว่า 25,000 บาท	41	17.0
รวม	240	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 5,000 - 10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 26.7 รองลงมา มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 19.6 และต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 18.3

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาขาของร้านกาแฟ วิวที่ใช้บริการมากที่สุด

สาขาที่ใช้บริการมากที่สุด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
นิมมานเหมินท์	140	58.3
สุริวงส์บูคเซนเตอร์	78	32.5
สถานบริการวิชาการนานาชาติ	22	9.2
รวม	240	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าสาขาของร้านกาแฟวิวที่ใช้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการมากที่สุดคือ สาขานิมมานเหมินท์ ร้อยละ 58.3 รองลงมาสาขาสุริวงส์บูคเซนเตอร์ และสาขาสถานบริการวิชาการนานาชาติ ร้อยละ 9.2

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	35	14.6
2 ครั้ง	70	29.2
3 ครั้ง	31	12.9
มากกว่า 3 ครั้ง	85	35.4
อื่นๆ	19	7.9
รวม	240	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ มาเกือบทุกวัน (4) มาทุกวัน (3) น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน (1) นานๆครั้ง (2) แล้วแต่สะดวก/โอกาส (8)

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน มากกว่า 3 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 35.4 รองลงมา 2 ครั้ง ร้อยละ 29.2 และ 1 ครั้ง ร้อยละ 14.6

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนค่าใช้จ่ายต่อครั้ง โดยเฉลี่ย

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งโดยเฉลี่ย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	112	46.7
100 - 200 บาท	87	36.3
201 - 300 บาท	33	13.8
มากกว่า 300 บาท	8	3.2
รวม	240	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งโดยเฉลี่ย ต่ำกว่า 100 บาท มากที่สุด ร้อยละ 46.7 รองลงมา 100 – 200 บาท ร้อยละ 36.3 และ 201 – 300 บาท ร้อยละ 13.8

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่บริโภค

ประเภทสินค้า	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์จากกาแฟ	224	93.3
ขนมเค้ก คุกกี้	124	51.7
ขนมขบเคี้ยว	17	7.1
อื่นๆ	8	3.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 240 คน

อื่นๆ ได้แก่ โกโก้ (3) น้ำผลไม้ (1) ชาเย็นปั่น (1) ชามะนาว (2) ชาต่างๆ (1)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์จากกาแฟ ร้อยละ 93.3 รองลงมาได้แก่ ขนมเค้ก คุกกี้ ร้อยละ 51.7 และ ขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการใช้บริการที่ร้านกาแฟวาวิ

ลักษณะการใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ดื่ม/รับประทานที่ร้าน	168	70.0
ซื้อกลับบ้าน	14	5.8
ดื่ม/รับประทานที่ร้าน/ ซื้อกลับบ้าน	58	24.2
รวม	240	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการที่ร้านกาแฟวาวิ คือ ดื่ม/รับประทานที่ร้าน ร้อยละ 70.0 รองลงมาได้แก่ ดื่ม/รับประทานที่ร้าน และซื้อกลับบ้าน ร้อยละ 24.2 และ ซื้อกลับบ้าน ร้อยละ 5.8

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคนที่มาใช้บริการ

จำนวนคนที่มาใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
คนเดียว	47	19.6
2 - 3 คน	135	56.3
4 - 6 คน	15	6.3
ไม่แน่นอน	43	17.9
รวม	240	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนคนมาใช้บริการด้วย 2 – 3 คน ร้อยละ 56.3 รองลงมา มาคนเดียว ร้อยละ 19.6 และ ไม่แน่นอน ร้อยละ 17.9

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกสื่อที่ทำให้รู้จักร้านกาแฟ

ประเภทของสื่อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	1	.4
หนังสือพิมพ์	4	1.7
ป้ายหน้าร้าน	132	55.0
ใบปลิว	2	.8
โปสเตอร์ที่ติดตามสถานที่ต่างๆ	4	1.7
เพื่อน	92	38.3
อื่นๆ	5	2.1
รวม	240	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ขับรถผ่านมาเจอเอง

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักร้านกาแฟจากรู้จักร้านจากสื่อป้ายหน้าร้าน ร้อยละ 55.0 รองลงมา รู้จักร้านจากเพื่อน ร้อยละ 38.3

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านกาแฟาวี

ความพึงพอใจ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
พอใจมาก	23	9.6
พอใจ	170	70.8
ค่อนข้างพอใจ	47	19.6
ไม่ค่อยพอใจ	-	-
ไม่พอใจมาก	-	-
รวม	240	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านกาแฟาวี ในระดับพอใจ ร้อยละ 70.8 รองลงมา ค่อนข้างพอใจ ร้อยละ 19.6 และพอใจมาก ร้อยละ 9.6

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด

เวลาที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ก่อนเวลา 12.00 น.	33	13.8
เวลา 12.01-15.00 น.	112	46.7
เวลา 15.01-17.00 น.	46	19.2
หลังเวลา 17.00 น.	49	20.3
รวม	240	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการบ่อยที่สุด คือ เวลา 12.01 – 15.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 46.7 รองลงมา หลังเวลา 17.00 น. ร้อยละ 20.3 และ เวลา 15.01 – 17.00 น. ร้อยละ 19.2



ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มาใช้บริการ  
บ่อยที่สุด

วันที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
วันธรรมดาจันทร์ - ศุกร์	174	72.5
วันเสาร์ - วันอาทิตย์	66	27.5
วันหยุดเทศกาล	-	-
รวม	240	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการบ่อยที่สุดคือ  
วันธรรมดาจันทร์ - ศุกร์ ร้อยละ 72.5 รองลงมา วันเสาร์ - วันอาทิตย์ ร้อยละ 27.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟวีในอำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 16 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ด้านผลิตภัณฑ์ (เช่น รสชาติ ของกาแฟ ขนมน)	31 (12.9)	186 (77.5)	21 (8.8)	2 (.8)	0 (0.0)	4.03 (มาก)	1
ด้านราคา	10 (4.2)	89 (37.1)	130 (54.1)	10 (4.2)	1 (.4)	3.40 (ปานกลาง)	6
ด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง)	22 (9.2)	149 (62.1)	62 (25.8)	7 (2.9)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด (โฆษณา ส่วนลด ของแจก)	2 (.8)	44 (18.3)	128 (53.3)	59 (24.7)	7 (2.9)	2.90 (ปานกลาง)	7
ด้านบุคลากร (ความเอาใจใส่ ความสุภาพ)	18 (7.5)	167 (69.6)	49 (20.4)	5 (2.1)	1 (.4)	3.82 (มาก)	2
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะด้านกายภาพ (บรรยากาศในร้าน)	25 (10.4)	147 (61.2)	63 (26.3)	5 (2.1)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	3
ด้านกระบวนการให้บริการ (การรับคำสั่งอาหาร การคิด เงิน การเสิร์ฟเครื่องดื่มและ ขนม)	11 (4.6)	162 (67.5)	62 (25.8)	4 (1.7)	1 (.4)	3.74 (มาก)	5

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดในระดับมากในด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.82) ด้าน  
การสร้างและนำเสนอลักษณะด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.78)  
ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลางในด้านราคา  
(ค่าเฉลี่ย 3.40) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.90)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	31 (12.9)	183 (76.3)	25 (10.4)	1 (.4)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	2
ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	36 (15.0)	172 (71.7)	31 (12.9)	1 (.4)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	3
การมีขนมจำหน่าย	5 (2.1)	101 (42.1)	123 (51.2)	11 (4.6)	0 (0.0)	3.42 (ปานกลาง)	9
มีถาดรองกรณีซื้อกลับบ้าน	16 (6.7)	88 (36.7)	112 (46.6)	17 (7.1)	7 (2.9)	3.37 (ปานกลาง)	10
ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม	17 (7.1)	123 (51.3)	92 (38.3)	8 (3.3)	0 (0.0)	3.62 (มาก)	7
ความหลากหลายของขนมที่จำหน่าย	3 (1.3)	76 (31.7)	135 (56.2)	26 (10.8)	0 (0.0)	3.23 (ปานกลาง)	11
รสชาติของขนม	14 (5.8)	96 (40.0)	116 (48.4)	14 (5.8)	0 (0.0)	3.46 (ปานกลาง)	8
รสชาติของกาแฟ	50 (20.8)	158 (65.9)	29 (12.1)	2 (.8)	1 (.4)	4.06 (มาก)	1
ภาชนะบรรจุ	27 (11.2)	148 (61.7)	59 (24.6)	6 (2.5)	0 (0.0)	3.82 (มาก)	5
การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้านอื่น	13 (5.4)	66 (27.5)	117 (48.8)	44 (18.3)	0 (0.0)	3.20 (ปานกลาง)	13
ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาด	7 (2.9)	70 (29.2)	111 (46.2)	47 (19.6)	5 (2.1)	3.11 (ปานกลาง)	14

ตารางที่ 17 (ต่อ) แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การมีสินค้าชนิดใหม่นำเสนอ	7 (2.9)	73 (30.4)	130 (54.2)	27 (11.3)	3 (1.2)	3.23 (ปานกลาง)	11
ชื่อเสียงของตราหือของร้าน	17 (7.1)	136 (56.6)	76 (31.7)	10 (4.2)	1 (.4)	3.66 (มาก)	6
การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ	32 (13.3)	158 (65.9)	41 (17.1)	7 (2.9)	2 (.8)	3.88 (มาก)	4
คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสม่ำเสมอ	20 (8.3)	146 (60.8)	64 (26.7)	9 (3.8)	1 (.4)	3.73 (มาก)	5

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องรสชาติกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.01) การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ภาชนะบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.82) คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ชื่อเสียงของตราหือของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.62) ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ รสชาติของขนม (ค่าเฉลี่ย 3.46) การมีขนมจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.42) และมีอาคารกรณีซื้อกลับบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.37) ความหลากหลายของขนมที่จำหน่าย และการมีสินค้าชนิดใหม่นำเสนอเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.23) การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.20) และผลิตภัณฑ์มีหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.11)

All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคามีความเหมาะสมกับ คุณภาพ	8 (3.3)	134 (55.9)	89 (37.1)	7 (2.9)	2 (.8)	3.58 (มาก)	1
มีราคาให้เลือกตามภาระ บรรจุ	10 (4.2)	91 (37.9)	103 (42.9)	32 (13.3)	4 (1.7)	3.30 (ปานกลาง)	3
มีราคาตามส่วนผสมของผลิต ภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	4 (1.7)	98 (40.8)	119 (49.6)	18 (7.5)	1 (.4)	3.36 (ปานกลาง)	2

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในเรื่อง ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม (ค่าเฉลี่ย 3.36) มีราคาให้เลือกตามภาระบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ตารางที่ 19 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	23 (9.6)	118 (49.1)	82 (34.2)	10 (4.2)	7 (2.9)	3.58 (มาก)	3
มีสาขาหลายแห่ง สะดวกในการเลือกใช้บริการ	6 (2.5)	79 (32.9)	123 (51.2)	28 (11.7)	4 (1.7)	3.23 (ปานกลาง)	4
มีบริการจัดส่งถึงสถานที่ทำงาน / บ้าน	3 (1.2)	28 (11.7)	133 (55.4)	47 (19.6)	29 (12.1)	2.70 (ปานกลาง)	7
การมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	21 (8.7)	71 (29.6)	76 (31.7)	53 (22.1)	19 (7.9)	3.09 (ปานกลาง)	5
ที่ตั้งร้านหาง่าย	33 (13.8)	127 (52.9)	67 (27.9)	10 (4.2)	3 (1.2)	3.74 (มาก)	1
สามารถสั่งซื้อล่วงหน้าทางโทรศัพท์ได้	1 (.4)	43 (17.9)	125 (52.1)	42 (17.5)	29 (12.1)	2.77 (ปานกลาง)	6
ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม	16 (6.7)	133 (55.4)	79 (32.9)	10 (4.2)	2 (.8)	3.63 (มาก)	2

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ที่ตั้งร้านหาง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.63) ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.58) ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีสาขาหลายแห่ง สะดวกในการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.23) การมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.09) สามารถสั่งซื้อล่วงหน้าทางโทรศัพท์ได้ (ค่าเฉลี่ย 2.77) และมีบริการจัดส่งถึงสถานที่ทำงานที่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 2.70)

ตารางที่ 20 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (เฉลี่ย)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง	2 (.8)	42 (17.5)	136 (56.7)	52 (21.7)	8 (3.3)	2.91 (ปานกลาง)	5
มีการประชาสัมพันธ์ถึงลูกค้าโดยตรง เช่น สารประชาสัมพันธ์ เป็นต้น	7 (2.9)	42 (17.5)	128 (53.4)	55 (22.9)	8 (3.3)	2.94 (ปานกลาง)	4
การที่ร้านสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน	9 (3.7)	65 (27.1)	115 (47.9)	41 (17.1)	10 (4.2)	3.09 (ปานกลาง)	3
การมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3 (1.3)	49 (20.4)	106 (44.2)	56 (23.3)	26 (10.8)	2.78 (ปานกลาง)	6
การบริการของพนักงานขายโดยรวม	15 (6.2)	154 (64.2)	48 (20.0)	17 (7.1)	6 (2.5)	3.65 (มาก)	1
คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ	18 (7.5)	128 (53.3)	65 (27.1)	24 (10.0)	5 (2.1)	3.54 (มาก)	2
การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ	11 (4.6)	37 (15.4)	95 (39.6)	67 (27.9)	30 (12.5)	2.72 (ปานกลาง)	8
การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ	14 (5.8)	35 (14.6)	88 (36.7)	80 (33.3)	23 (9.6)	2.74 (ปานกลาง)	7

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง การบริการของพนักงานขายโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.65) คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การที่ร้านสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.09) มีการประชาสัมพันธ์ถึงลูกค้าโดยตรง เช่น สารประชาสัมพันธ์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.94) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง (ค่าเฉลี่ย 2.91) การมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 2.78) การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.74) และการแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.72)



ตารางที่ 21 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน	24 (10.0)	178 (74.2)	31 (12.9)	7 (2.9)	0 (0.0)	3.91 (มาก)	1
พนักงานมีความกระตือรือร้น ในการให้บริการ	21 (8.7)	153 (63.8)	61 (25.4)	4 (1.7)	1 (.4)	3.79 (มาก)	3
การตอบสนองและความเต็ม ใจของพนักงาน ในการให้ บริการ	18 (7.5)	160 (66.7)	54 (22.5)	8 (3.3)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	4
พนักงานมีความรู้เรื่องกาแฟ เป็นอย่างดี	29 (12.1)	101 (42.1)	98 (40.8)	11 (4.6)	1 (.4)	3.61 (มาก)	6
พนักงานสามารถตอบข้อซัก ถามและให้ข้อมูล ในสิ่งที่ ต้องการทราบ	19 (7.9)	112 (46.7)	97 (40.4)	11 (4.6)	1 (.4)	3.57 (มาก)	7
ความสามารถในการแก้ ปัญหาของพนักงาน	11 (4.6)	113 (47.1)	103 (42.9)	13 (5.4)	0 (0.0)	3.51 (มาก)	8
พนักงานมีความเสมอภาคใน การให้บริการ	21 (8.8)	161 (67.1)	50 (20.8)	8 (3.3)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	2
พนักงานมีบุคลิกภาพดีและ แต่งกายเหมาะสม	30 (12.5)	139 (57.9)	66 (27.5)	5 (2.1)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	2
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะ ให้บริการ	17 (7.1)	147 (61.2)	66 (27.5)	10 (4.2)	0 (0.0)	3.71 (มาก)	5

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในเรื่องมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.91) พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และพนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.81) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) พนักงานมีความรู้เรื่องกาแฟเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.61) พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.51)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน	19 (7.9)	137 (57.1)	77 (32.1)	7 (2.9)	0 (0.0)	3.70 (มาก)	4
การตกแต่งร้าน	19 (7.9)	162 (67.5)	56 (23.3)	3 (1.3)	0 (0.0)	3.82 (มาก)	2
สถานประกอบการมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด	16 (6.7)	80 (33.3)	119 (49.6)	19 (7.9)	6 (2.5)	3.34 (ปานกลาง)	10
ความสะอาดของสถานประกอบการ	29 (12.1)	154 (64.1)	53 (22.1)	4 (1.7)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	1
การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	8 (3.3)	141 (58.8)	83 (34.6)	8 (3.3)	0 (0.0)	3.62 (มาก)	6
ความทันสมัยของอุปกรณ์	12 (5.0)	137 (57.1)	83 (34.6)	7 (2.9)	1 (.4)	3.63 (มาก)	5
การมีที่นั่งภายนอกอาคาร	17 (7.1)	114 (47.5)	76 (31.6)	28 (11.7)	5 (2.1)	3.46 (ปานกลาง)	9
การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่	22 (9.2)	66 (27.5)	67 (27.9)	58 (24.2)	27 (11.2)	2.99 (ปานกลาง)	13
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ที่มีไว้บริการลูกค้า	10 (4.1)	77 (32.1)	100 (41.7)	42 (17.5)	11 (4.6)	3.14 (ปานกลาง)	12
การมีบริการใช้อินเทอร์เน็ต	12 (5.0)	108 (45.0)	76 (31.7)	25 (10.4)	19 (7.9)	3.29 (ปานกลาง)	11
ความสะอาดของห้องน้ำ	17 (7.1)	141 (58.7)	48 (20.0)	25 (10.4)	9 (3.8)	3.55 (มาก)	7

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง	20 (8.3)	147 (61.3)	64 (26.7)	8 (3.3)	1 (.4)	3.74 (มาก)	3
มีสัญลักษณ์ของร้านจำได้ง่าย	10 (4.1)	124 (51.7)	88 (36.7)	17 (7.1)	1 (.4)	3.52 (มาก)	8

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความสะอาดของสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) การตกแต่งร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.82) บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.74) ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.70) ความทันสมัยของอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.3) การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีสัญลักษณ์ของร้านจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.52) ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีที่นั่งภายนอกอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.46) สถานประกอบการมีพื้นที่กว้างไม่แออัด (ค่าเฉลี่ย 3.34) การมีบริการใช้อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.29) หนังสือพิมพ์นิตยสาร โทรศัพท์ที่มีไว้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.14) และ การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ (ค่าเฉลี่ย 2.99)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะดวกรวดเร็วในการ ให้บริการ	13 (5.4)	157 (65.4)	66 (27.5)	4 (1.7)	0 (0.0)	3.75 (มาก)	2
ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	11 (4.6)	154 (64.2)	69 (28.7)	6 (2.5)	0 (0.0)	3.71 (มาก)	3
ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่าง รวดเร็ว	16 (6.7)	113 (47.1)	107 (44.6)	3 (1.2)	1 (.4)	3.58 (มาก)	4
เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อ และชำระเงิน	14 (5.8)	86 (35.8)	131 (54.6)	9 (3.8)	0 (0.0)	3.44 (ปานกลาง)	5
เวลาที่ต้องรอในการได้รับ สินค้าหลังการสั่งซื้อ	11 (4.6)	92 (38.3)	126 (52.5)	11 (4.6)	0 (0.0)	3.43 (ปานกลาง)	6
ระบบการทำงานมีความเป็น มาตรฐาน	20 (8.3)	137 (57.1)	76 (31.7)	7 (2.9)	0 (0.0)	3.71 (มาก)	3
การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้อง ครบถ้วน	33 (13.7)	148 (61.7)	54 (22.5)	5 (2.1)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	1

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.58) ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อและชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.44) เวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.43)

### ส่วนที่ 3 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการร้านกาแฟวารี

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่	8	3.3
ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านไม่สะอาด	2	0.8
การไม่มีขนมจำหน่าย	5	2.1
ไม่มีถาดรองกรณีชื้อกลับบ้าน	5	2.1
ไม่มีความหลากหลายชนิดกาแฟ	15	6.3
ไม่มีความหลากหลายของขนมที่จำหน่าย	63	26.3
รสชาติของขนมไม่คงที่สม่ำเสมอ	41	17.1
รสชาติของกาแฟไม่คงที่สม่ำเสมอ	6	2.5
ภาชนะบรรจุไม่สะอาด	1	0.4
ไม่มีเครื่องคัมนชนิดพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้านอื่น	100	41.7
ผลิตภัณฑ์ไม่มีหลายขนาด	69	28.8
ไม่มีสินค้าชนิดใหม่แนะนำเสนอสม่ำเสมอ	48	20.0
ไม่มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ	2	0.8
เครื่องคัมนและขนม ไม่มีคุณภาพ	3	1.3
อื่นๆ	4	1.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 240 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีน้ำเปล่า น้ำชาเสิร์ฟ

จากตารางที่ 24 พบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด คือ ไม่มีเครื่องคัมนชนิดพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้านอื่น ร้อยละ 41.67 รองลงมา ผลิตภัณฑ์ไม่มีหลายขนาด ร้อยละ 28.75 และไม่มีสินค้าชนิดใหม่แนะนำเสนอสม่ำเสมอ ร้อยละ 20.0

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคากาแฟไม่เหมาะสม	26	10.8
ไม่มีราคาให้เลือกตามภาระบรรจุ	97	40.4
ไม่มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	44	18.3
ไม่มีป้ายแสดงราคาของขนมและเครื่องดื่ม	7	2.9
อื่นๆ	6	2.5

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 240 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ขนมราคาแพง

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัญหาด้านราคาที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ไม่มีราคาให้เลือกตามภาระบรรจุ ร้อยละ 40.4 รองลงมา ไม่มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ร้อยละ 18.3 และราคากาแฟไม่เหมาะสม ร้อยละ 10.8

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ไกลบ้านหรือที่ทำงาน	15	6.3
สาขาน้อยแห่งไม่สะดวกในการเลือกใช้บริการ	45	18.8
ไม่มีการจัดส่งถึงสถานที่ทำงาน / บ้าน	64	26.7
ไม่มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	121	50.4
ที่ตั้งร้านหายาก	17	7.1
ไม่สามารถสั่งซื้อล่วงหน้าทางโทรศัพท์ได้	48	20.0
ระยะเวลาเปิดให้บริการไม่มีความเหมาะสม	5	2.1

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 240 ราย

จากตารางที่ 26 พบว่า ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด คือ ไม่มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ร้อยละ 50.4 รองลงมา ไม่มีการจัดส่งถึงสถานที่ทำงาน / บ้าน ร้อยละ 26.7 และสาขาน้อยแห่งไม่สะดวกในการเลือกใช้บริการ ร้อยละ 18.8



ตารางที่ 27 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง	50	20.8
ไม่มีการประชาสัมพันธ์ถึงลูกค้าโดยตรง	62	25.8
การที่ร้านไม่สนับสนุนกิจกรรมของชุมชน	21	8.8
ไม่มีสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	65	27.1
ไม่มีจดหมายหรือใบปลิวส่งตรงถึงบ้าน	90	37.5
ไม่แจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ	104	43.3
ไม่ให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ	107	44.6
ไม่มีส่วนลดให้สมาชิก	62	25.8

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 240 ราย

จากตารางที่ 27 พบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด คือ ไม่ให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 44.6 ไม่แจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ ร้อยละ 43.3 และ ไม่มีจดหมายหรือใบปลิวส่งตรงถึงบ้าน ร้อยละ 37.5

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงาน ไม่มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์	6	2.5
พนักงาน ไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	10	4.2
พนักงาน ไม่มีการตอบสนองและเต็มใจในการให้บริการ	10	4.2
พนักงาน ไม่มีความรู้เรื่องกาแฟ	33	13.8
พนักงาน ไม่สามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ	23	9.6
พนักงาน ไม่มีความสามารถในการแก้ปัญหา	7	2.9
พนักงาน ไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการ	10	4.2
พนักงาน มีบุคลิกและการแต่งกายไม่เหมาะสม	2	0.8
จำนวนพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการ	15	6.3

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 240 ราย

จากตารางที่ 28 พบว่า ปัญหาด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด คือ พนักงานไม่มีความรู้เรื่องกาแฟ ร้อยละ 13.8 รองลงมาพนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถาม และให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ ร้อยละ 9.6 และจำนวนพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการ ร้อยละ 6.3

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน	24	10.0
การตกแต่งร้านจัดพื้นที่ไม่เหมาะสมกับบรรยากาศ	4	1.7
สถานประกอบการไม่มีความสะอาด	4	1.7
ใช้อุปกรณ์ไม่ทันสมัย	9	3.8
ไม่มีที่นั่งภายนอกอาคาร	13	5.4
ไม่มีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่	32	13.3
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ไว้บริการลูกค้า ไม่เพียงพอ	79	32.9
สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ	71	29.6
ไม่มีความสะอาดของห้องน้ำ	33	13.8
บรรยากาศในร้านไม่เป็นกันเอง	41	17.1
ไม่มีสัญลักษณ์ของร้าน	18	7.5
อื่นๆ	5	2.1

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 240 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีห้องน้ำบริการ (2) ห้องน้ำอยู่ไกล (1) โต๊ะใกล้กันมากไปหน่อย (2)

จากตารางที่ 29 พบว่าปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด คือ มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ไว้บริการลูกค้า ไม่เพียงพอ ร้อยละ 32.9 รองลงมาสถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ร้อยละ 29.6 และบรรยากาศในร้านไม่เป็นกันเอง ร้อยละ 17.1

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีความล่าช้าไม่สะดวกในการให้บริการ	7	2.9
ขั้นตอนการตั้งของตู้ยาซับซ้อน	8	3.3
ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ช้า	14	5.8
การส่งสินค้าและชำระเงินมีความล่าช้า	12	5.0
การได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า	15	6.3
ระบบการทำงานไม่มีความเป็นมาตรฐาน	8	3.3
การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ไม่ถูกต้องครบถ้วน	5	2.1
การคิดเงินไม่ถูกต้อง	3	1.3
อื่นๆ	3	1.3

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 240 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ไม่ระบุบิลราคา

จากตารางที่ 30 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ การได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า ร้อยละ 6.3 รองลงมาลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ช้า ร้อยละ 5.8 และการส่งสินค้าและชำระเงินมีความล่าช้า ร้อยละ 5.0

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดบริการ  
จำแนกตาม เพศ อาชีพ และรายได้

4.1 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดบริการ  
จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบริการส่วนประสมการ  
ตลาดบริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์ (เช่น รสชาติของกาแฟ ขนม)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)
ด้านราคา	3.46 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง)	3.74 (มาก)	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด (โฆษณา ส่วนลด ของแจก)	2.92 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร (ความเอาใจใส่ ความสุภาพ)	3.88 (มาก)	3.73 (มาก)	3.82 (มาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ (การรับคำสั่งอาหาร การคิดเงิน การเสิร์ฟเครื่องดื่มและขนม)	3.76 (มาก)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะด้านกายภาพ (บรรยากาศในร้าน)	3.80 (มาก)	3.80 (มาก)	3.80 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับมาก ในด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการบริการและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	4.02 (มาก)	4.01 (มาก)	4.02 (มาก)
ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	3.96 (มาก)	4.09 (มาก)	4.01 (มาก)
การมีขนมจำหน่าย	3.39 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
มีถาดรองกรณีช็อกกลับบ้าน	3.27 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)
ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม	3.66 (มาก)	3.57 (มาก)	3.62 (มาก)
ความหลากหลายของขนมที่จำหน่าย	3.28 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
รสชาติของขนม	3.49 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
รสชาติของกาแฟ	4.07 (มาก)	4.05 (มาก)	4.06 (มาก)
ภาชนะบรรจุ	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)	3.82 (มาก)
การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้านอื่น	3.27 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาด	3.25 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามเพศ

(ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การสินค้าชนิดใหม่นำเสนอ	3.21 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ชื่อเสียงของตราหือของร้าน	3.59 (มาก)	3.75 (มาก)	3.66 (มาก)
การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ	3.82 (มาก)	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)
คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมส่ม้าเสมอ	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง รสชาติของกาแฟ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ภาชนะบรรจุ การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมส่ม้าเสมอ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม และชื่อเสียงของตราหือ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน รสชาติของกาแฟ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ ภาชนะบรรจุ ชื่อเสียงและตราหือ ของร้าน คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมส่ม้าเสมอ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม และมีอาคารกรณีช็อกกลับบ้าน ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง



ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ	3.64 (มาก)	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)
มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ	3.37 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	3.39 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในเรื่อง ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	3.49 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.58 (มาก)
มีสาขาหลายแห่ง สะดวกในการเลือกใช้บริการ	3.22 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีบริการจัดส่งถึงสถานที่ทำงาน / บ้าน	2.73 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
การมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.16 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
ที่ตั้งร้านหาง่าย	3.75 (มาก)	3.73 (มาก)	3.74 (มาก)
สามารถสั่งซื้อล่วงหน้าทางโทรศัพท์ได้	2.84 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม	3.66 (มาก)	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่อง ที่ตั้งร้านหาง่าย ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องที่ตั้งร้านหาง่าย ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน และระยะเวลาให้บริการมีความเหมาะสม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง	2.92 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
มีการประชาสัมพันธ์ถึงลูกค้าโดยตรง เช่น สารประชาสัมพันธ์ เป็นต้น	2.94 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
การที่ร้านสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
การมีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล	2.82 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
การบริการของพนักงานขายโดยรวม	3.70 (มาก)	3.57 (มาก)	3.65 (มาก)
คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ	3.70 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ	2.85 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ	2.86 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)

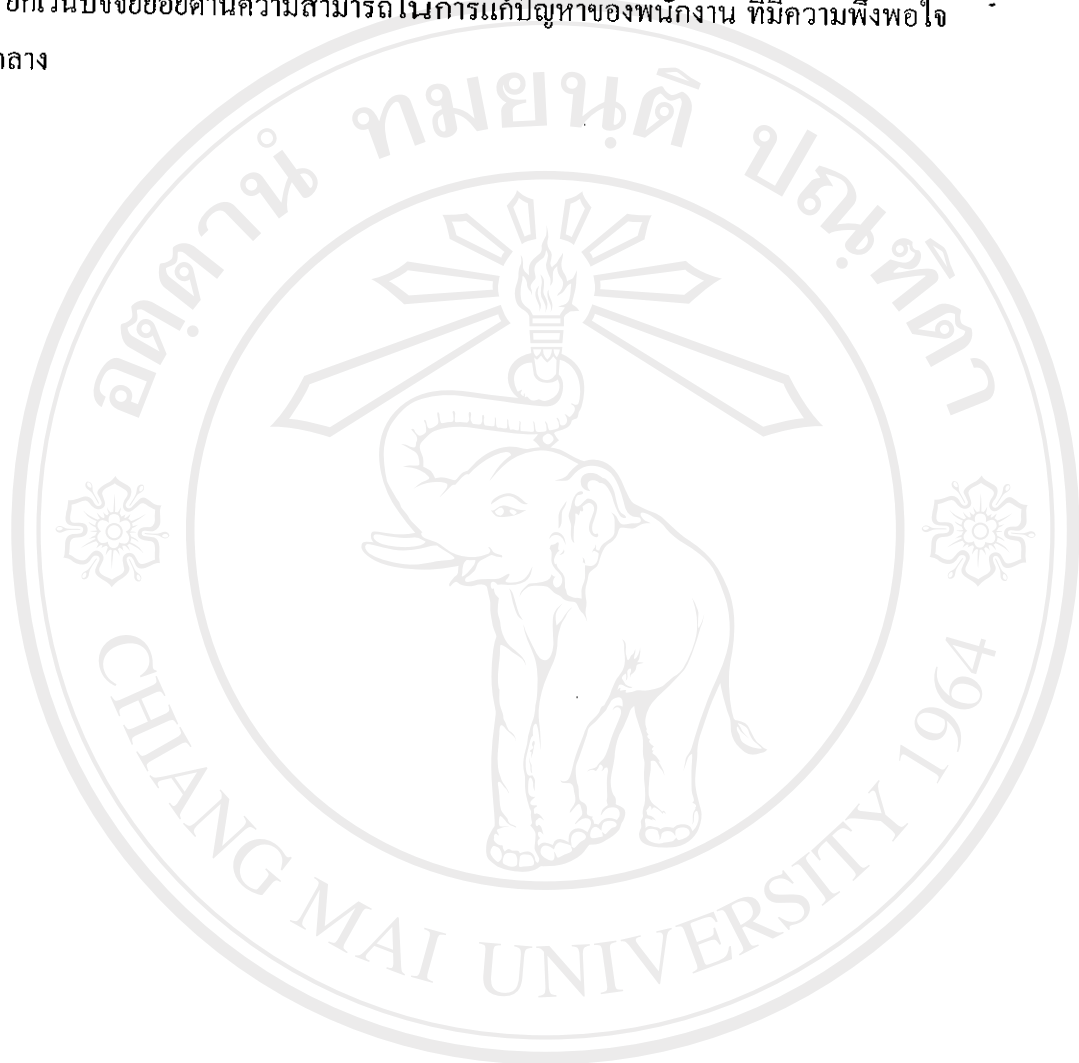
จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจในระดับมาก  
ต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง การบริการของพนักงานขายโดยรวมและคำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง  
ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง การบริการของพนักงานขายโดยรวม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	3.91 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)
การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงาน ในการให้บริการ	3.83 (มาก)	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)
พนักงานมีความรู้เรื่องกาแฟเป็นอย่างดี	3.61 (มาก)	3.61 (มาก)	3.61 (มาก)
พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูล ในสิ่งที่ต้องการทราบ	3.58 (มาก)	3.56 (มาก)	3.57 (มาก)
ความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน	3.54 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	3.81 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม	3.80 (มาก)	3.82 (มาก)	3.81 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	3.66 (มาก)	3.78 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด  
ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรทุกปัจจัยย่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดปัจจัยย่อยด้านบุคลากร  
ทุกปัจจัยย่อย ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน ที่มีความพึงพอใจ  
ในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน	3.70 (มาก)	3.70 (มาก)	3.70 (มาก)
การตกแต่งร้าน	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)	3.82 (มาก)
สถานประกอบการมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด	3.38 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ความสะอาดของสถานประกอบการ	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)
การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	3.66 (มาก)	3.57 (มาก)	3.62 (มาก)
ความทันสมัยของอุปกรณ์	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)
การมีที่นั่งภายนอกอาคาร	3.49 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่	3.07 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ที่มีไว้บริการลูกค้า	3.24 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การมีบริการใช้อินเทอร์เน็ต	3.26 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
ความสะอาดของห้องน้ำ	3.59 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง	3.78 (มาก)	3.69 (มาก)	3.74 (มาก)
มีสัญลักษณ์ของร้านจำได้ง่าย	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	3.52 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความสะอาดของสถานประกอบการ การตกแต่งร้าน และ บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความสะอาดของห้องน้ำ และมีสัญลักษณ์ของร้านจำได้ง่าย ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความสะอาดของสถานประกอบการ การตกแต่งร้าน และ ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ชัดเจน บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง ความทันสมัยของอุปกรณ์ การจัดวางโต๊ะเก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ และมีป้ายสัญลักษณ์ของร้านจำได้ง่าย ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	3.76 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)
ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)
ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)	3.58 (มาก)
เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน	3.38 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
เวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อ	3.41 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)
การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่อง การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง



ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่อง การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว และเวลาที่ต้องรอในการสั่งสินค้าและชำระเงิน ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

#### 4.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการ  
ตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการ ตลาดบริการ	อาชีพ						รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์ (เช่น รสชาติของกาแฟ ขนม)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	3.97 (มาก)	4.37 (มาก)	4.08 (มาก)	4.03 (มาก)
ด้านราคา	3.56 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง)	3.78 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.75 (มาก)	3.79 (มาก)	3.77 (มาก)	3.78 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด (โฆษณา ส่วนลด ของแจก)	2.85 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร (ความเอาใจ ใส่ ความสุภาพ)	3.90 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)	3.62 (มาก)	3.82 (มาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ (การรับคำสั่งอาหาร การ คิดเงิน การเสิร์ฟเครื่องดื่ม และขนม)	3.85 (มาก)	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)	3.84 (มาก)	3.54 (มาก)	3.74 (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (บรรยากาศในร้าน)	3.76 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)	3.80 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านราคา

อาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ

อาชีพพนักงานบริษัทห้างฯ ร้านเอกชน มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

อาชีพเจ้าของกิจการ และอาชีพนักเรียนนักศึกษา และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ						รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความสะดวกใหม่ของ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	3.98 (มาก)	3.53 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.32 (มาก)	4.08 (มาก)	4.02 (มาก)
ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ ที่จำหน่ายในร้าน	4.02 (มาก)	3.50 (มาก)	4.06 (มาก)	3.94 (มาก)	4.32 (มาก)	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)
การมีขนมนำจำหน่าย	3.41 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
มีถาดรองกรณีซื้อกลับบ้าน	3.44 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
ความหลากหลายของชนิด กาแฟและเครื่องดื่ม	3.68 (มาก)	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)	3.62 (มาก)
ความหลากหลายของขนม ที่จำหน่าย	3.24 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.05 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
รสชาติของขนม	3.39 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
รสชาติของกาแฟ	3.98 (มาก)	4.25 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.37 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
ภาชนะบรรจุ	3.85 (มาก)	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)	3.89 (มาก)	3.74 (มาก)	3.77 (มาก)	3.82 (มาก)
การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่ ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้าน อื่น	3.27 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาด	3.24 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.98 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ						รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การสินค้าชนิดใหม่ เสนอ	3.37 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ชื่อเสียงของตรา ยี่ห้อของ ร้าน	3.63 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)	4.05 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
การมีบริการเสิร์ฟที่ โต๊ะ	3.93 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.05 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)
คุณภาพของเครื่องดื่ม และขนม สมำเสมอ	3.68 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน การบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ รสชาติของกาแฟ ภาชนะบรรจุ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสมำเสมอ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง รสชาติของกาแฟ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม และความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความหลากหลายของขนมที่จำหน่าย รสชาติของขนม ภาชนะที่บรรจุ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพพนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง รสชาติของกาแฟ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ ภาชนะบรรจุ มีภาชนะรองที่ช็อกลับบ้าน คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสม่ำเสมอ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ชื่อเสียงของตราห้อยของร้าน ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน การมีขนมจำหน่าย ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม รสชาติของขนม รสชาติของกาแฟ ภาชนะบรรจุ ชื่อเสียงของตราห้อยของร้าน การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสม่ำเสมอ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพนักเรียนนักศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง รสชาติของกาแฟ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน และความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ชื่อเสียงของตราห้อยของร้าน การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ภาชนะบรรจุ คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสม่ำเสมอ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน และรสชาติของกาแฟ ภาชนะบรรจุ และความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ						รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคามีความเหมาะสมกับ คุณภาพ	3.68 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
มีราคาให้เลือกตามภาระ บรรจุ	3.20 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
มีราคาตามส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	3.32 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน และนักเรียนนักศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในเรื่อง ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในเรื่องมีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพเจ้าของกิจการมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ และมีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยย่อย

All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ						รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	3.71 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.53 (มาก)	3.63 (มาก)	3.77 (มาก)	3.58 (มาก)
มีสาขาหลายแห่ง สะดวกในการเลือกใช้บริการ	3.49 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีบริการจัดส่งถึงสถานที่ทำงาน / บ้าน	2.83 (ปานกลาง)	1.50 (น้อย)	2.83 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
การมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.15 (ปานกลาง)	1.75 (น้อย)	3.06 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
ที่ตั้งร้านหาง่าย	3.73 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.78 (มาก)	3.95 (มาก)	3.54 (มาก)	3.74 (มาก)
สามารถสั่งซื้อล่วงหน้าทางโทรศัพท์ได้	2.83 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม	3.68 (มาก)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	3.66 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ที่ตั้งร้านหาง่าย ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง



อาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ที่ตั้งร้านหาง่าย ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ที่ตั้งร้านหาง่าย ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม และทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ที่ตั้งร้านหาง่าย ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน และระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน มีระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ						รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ปานกลางแจ้ง	2.95 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
มีการประชาสัมพันธ์ถึง ลูกค้าโดยตรง เช่น สาร ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น	3.02 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	2.89 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
การที่ร้านสนับสนุน กิจกรรมของชุมชน	3.34 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
การมีการสะสมยอดเพื่อ แลกของรางวัล	2.85 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
การบริการของพนักงาน ขายโดยรวม	3.68 (มาก)	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)	3.89 (มาก)	3.62 (มาก)	3.65 (มาก)
คำแนะนำจากบุคคลที่เคย ใช้บริการ	3.61 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.52 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.54 (มาก)
การแจกของขวัญ ของ ชำร่วยในโอกาสต่างๆ	2.54 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดในเทศกาล ต่างๆ	2.59 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	2.64 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)

Copy rights reserved

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เกษตรกร และนักเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง การบริการของพนักงานขายโดยรวม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพพนักงานบริษัท ห้างร้านเอกชน เจ้าของกิจการ และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการบริการของพนักงานขายโดยรวม คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ						รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน	4.12 (มาก)	3.75 (มาก)	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.62 (มาก)	3.91 (มาก)
พนักงานมีความ กระตือรือร้นในการให้ บริการ	3.95 (มาก)	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	3.95 (มาก)	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)
การตอบสนองและความ เต็มใจของพนักงานในการ ให้บริการ	3.90 (มาก)	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)	3.78 (มาก)
พนักงานมีความรู้เรื่อง กาแฟเป็นอย่างดี	3.56 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.95 (มาก)	3.54 (มาก)	3.61 (มาก)
พนักงานสามารถตอบ ข้อซักถามและให้ข้อมูล ในสิ่งที่ต้องการทราบ	3.51 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.89 (มาก)	3.69 (มาก)	3.57 (มาก)
ความสามารถในการแก้ ปัญหาของพนักงาน	3.44 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)	3.54 (มาก)	3.51 (มาก)
พนักงานมีความเสมอภาค ในการให้บริการ	3.85 (มาก)	3.50 (มาก)	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.62 (มาก)	3.81 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพดีและ แต่งกายเหมาะสม	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอที่ จะให้บริการ	3.73 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.72 (มาก)	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อทุกปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ในเรื่อง พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพพนักงานบริษัทห้างฯ ร้านเอกชน มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในเรื่อง มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม และจำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพเจ้าของกิจการ นักเรียน และอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ทุกปัจจัยย่อย

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ						รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน	3.66 (มาก)	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	3.74 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
การตกแต่งร้าน	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)	3.82 (มาก)
สถานประกอบการมีพื้นที่ กว้าง ไม่แออัด	3.17 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.62 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
ความสะอาดของสถาน ประกอบการ	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	4.05 (มาก)	3.85 (มาก)	3.87 (มาก)
การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และ อุปกรณ์เป็นระเบียบ	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.53 (มาก)	3.70 (มาก)	3.84 (มาก)	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)
ความทันสมัยของอุปกรณ์	3.63 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.54 (มาก)	3.63 (มาก)
การมีที่นั่งภายนอกอาคาร	3.59 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.54 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่	2.95 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	2.99 (ปานกลาง)
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ที่มีไว้บริการ ลูกค้า	3.17 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	2.98 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)
การมีบริการใช้อินเทอร์เน็ต	3.27 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
ความสะอาดของห้องน้ำ	3.59 (มาก)	4.00 (มาก)	3.58 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)

ตารางที่ 45 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ						รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
บรรยากาศของร้านเป็น กันเอง	3.90 (มาก)	3.76 (มาก)	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	3.95 (มาก)	3.62 (มาก)	3.74 (มาก)
มีสัญลักษณ์ของร้านจำ ง่าย	3.56 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความสะอาดของสถานประกอบการ บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง การตกแต่งร้าน ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ชัดเจน ความทันสมัยของอุปกรณ์ การมีที่นั่งภายนอกอาคาร และ ความสะอาดของห้องน้ำ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความสะอาดของสถานประกอบการ ความสะอาดของห้องน้ำ บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ชัดเจน การตกแต่งร้าน การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรศัพท์ที่มีไว้บริการลูกค้า ส่วน ปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพพนักงานบริษัทห้างฯ ร้านเอกชน มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความสะอาดของสถานประกอบการ การ ตกแต่งร้าน ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ชัดเจน การจัดวางโต๊ะและเก้าอี้และอุปกรณ์เป็น ระเบียบ ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความสะอาดของห้องน้ำ และบรรยากาศของร้านเป็นกันเอง ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความสะอาดของสถานประกอบการ การตกแต่งร้าน ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ชัดเจน การจัดวางโต๊ะและเก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ความทันสมัยของอุปกรณ์ และบรรยากาศของร้านเป็นกันเอง ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากเกือบทุกปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ยกเว้นปัจจัยย่อย ในเรื่อง การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ และหนังสือพิมพ์ นิตยสารโทรทัศน์ที่มีไว้บริการลูกค้า ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง การตกแต่งร้าน และความสะอาดของสถานประกอบการ การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ สถานประกอบการมีพื้นที่กว้างไม่แออัด การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง ความทันสมัยของอุปกรณ์ การมีที่นั่งภายนอกอาคาร หนังสือพิมพ์ นิตยสารโทรทัศน์ที่มีไว้บริการลูกค้า ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ						รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	3.85 (มาก)	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)	3.95 (มาก)	3.62 (มาก)	3.75 (มาก)
ขั้นตอนการตั้งของไม้บู่ง ยากซับซ้อน	3.61 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.72 (มาก)	4.16 (มาก)	3.54 (มาก)	3.71 (มาก)
ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว	3.61 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.52 (มาก)	3.95 (มาก)	3.54 (มาก)	3.58 (มาก)
เวลาที่ต้องรอในการตั้ง สินค้าและชำระเงิน	3.49 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.54 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
เวลาที่ต้องรอในการได้รับ สินค้าหลังการสั่งซื้อ	3.51 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
ระบบการทำงานมีความ เป็นมาตรฐาน	3.73 (มาก)	3.50 (มาก)	3.55 (มาก)	3.76 (มาก)	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)
การเสิร์ฟอาหารและ เครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน	3.76 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)	4.05 (มาก)	3.77 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทุกปัจจัยย่อย ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง เวลาที่ต้องรอในการตั้งสินค้าและชำระเงินที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการในเรื่อง ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่อง การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่อง การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทุกปัจจัยย่อย

อาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทุกปัจจัยย่อย ยกเว้นปัจจัยย่อยด้าน เวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

### 4.3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการ  
ตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						รวม
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์ (เช่น รสชาติของกาแฟ ขนม)	4.14 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)	4.11 (มาก)	3.94 (มาก)	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)
ด้านราคา	3.11 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
ด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง)	3.84 (มาก)	3.72 (มาก)	3.77 (มาก)	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)	3.68 (มาก)	3.78 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด (โฆษณา ส่วนลด ของแถม)	2.77 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร (ความเอาใจ ใส่ ความสุภาพ)	3.91 (มาก)	3.69 (มาก)	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)	3.78 (มาก)	3.82 (มาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ (การรับคำสั่งอาหาร การ คิดเงิน การเสิร์ฟเครื่องดื่ม และขนม)	3.80 (มาก)	3.69 (มาก)	3.70 (มาก)	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	3.73 (มาก)	3.74 (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะด้านกายภาพ (บรรยากาศในร้าน)	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.80 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,000 – 10,000 บาท และรายได้ 10,001-15,000 บาทมีความพึงพอใจในระดับมากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนปัจจัยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และ มากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนปัจจัยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ การส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้าน ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						รวม
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ ที่จำหน่ายในร้าน	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	4.14 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)
ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ ที่จำหน่ายในร้าน	4.05 (มาก)	4.09 (มาก)	3.98 (มาก)	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)	3.98 (มาก)	4.01 (มาก)
การมีขนมจำหน่าย	3.52 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
มีถาดรองกรณีช็อกกลับบ้าน	3.36 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
ความหลากหลายของชนิด กาแฟและเครื่องดื่ม	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.69 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)
ความหลากหลายของขนมที่ จำหน่าย	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
รสชาติของขนม	3.48 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
รสชาติของกาแฟ	4.02 (มาก)	4.14 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)	4.06 (มาก)
ภาชนะบรรจุ	3.84 (มาก)	3.69 (มาก)	3.81 (มาก)	3.82 (มาก)	3.94 (มาก)	3.95 (มาก)	3.82 (มาก)
การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษ ที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายใน ร้านอื่น	3.11 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาด	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)

ตารางที่ 48 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						รวม
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การสินค้าชนิดใหม่นำเสนอ	3.16 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ชื่อเสียงของตรายี่ห้อของร้าน	3.61 (มาก)	3.73 (มาก)	3.62 (มาก)	3.61 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)
การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ	3.89 (มาก)	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	3.94 (มาก)	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)
คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสม่ำเสมอ	3.61 (มาก)	3.83 (มาก)	3.64 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายที่มีได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน รสชาติของกาแฟ การมีขนมจำหน่าย ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ภาชนะบรรจุ ชื่อเสียงของตรายี่ห้อของร้าน การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ และคุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสม่ำเสมอ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง รสชาติของกาแฟ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน และความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ภาชนะบรรจุ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม รสชาติของขนม ชื่อเสียงของตรายี่ห้อของร้าน การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ และคุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสม่ำเสมอ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ในร้าน รสชาติของกาแฟ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ภาพขณะบรรจุ ชื่อเสียง ของตราห้อยของร้าน คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสม่ำเสมอ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน รสชาติของกาแฟ การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ภาพขณะบรรจุ ชื่อเสียงของตราห้อยของร้าน คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสม่ำเสมอ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน รสชาติของกาแฟ ความสะอาดของ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ภาพขณะบรรจุ การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม รสชาติของขนม ความหลากหลายของขนมที่จำหน่าย คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสม่ำเสมอ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง รสชาติของกาแฟ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ภาพขณะบรรจุ ชื่อเสียงของตราห้อยของร้าน การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ และคุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสม่ำเสมอ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						รวม
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคามีความเหมาะสมกับ คุณภาพ	3.39 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)	3.69 (มาก)	3.59 (มาก)	3.58 (มาก)
มีราคาให้เลือกตามภาระ บรรจุ	3.09 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
มีราคาตามส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	3.41 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในเรื่องราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในเรื่อง ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีราคาให้เลือกตามภาระบรรจุ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในเรื่อง ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีราคาส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

All rights reserved



ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตัวท่าน						รวม
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	3.52 (มาก)	3.69 (มาก)	3.51 (มาก)	3.61 (มาก)	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)
มีสาขาหลายแห่ง สะดวกในการเลือกใช้บริการ	3.18 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีบริการจัดส่งถึงสถานที่ทำงาน / บ้าน	2.75 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.41 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
การมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.43 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
ที่ตั้งร้านหาง่าย	3.89 (มาก)	3.58 (มาก)	3.66 (มาก)	3.68 (มาก)	3.88 (มาก)	3.90 (มาก)	3.74 (มาก)
สามารถสั่งซื้อล่วงหน้าทางโทรศัพท์ได้	2.86 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม	3.68 (มาก)	3.56 (มาก)	3.51 (มาก)	3.64 (มาก)	3.88 (มาก)	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ที่ตั้งร้านหาง่าย ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ที่ตั้งร้านหาง่าย และระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ที่ตั้งร้านหาง่าย ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือ ที่ทำงาน ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับ ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ที่ตั้งร้านหาง่าย ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความ เหมาะสม และทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ที่ตั้งร้าน หาง่าย ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจใน ระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ที่ตั้งร้านหาง่าย ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความ เหมาะสม ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจใน ระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						รวม
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง	2.95 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
มีการประชาสัมพันธ์ถึงลูกค้าโดยตรง เช่น สารประชาสัมพันธ์ เป็นต้น	2.93 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
การที่ร้านสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน	3.23 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
การมีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล	2.89 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
การบริการของพนักงานขายโดยรวม	3.84 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.89 (มาก)	3.69 (มาก)	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)
คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ	3.57 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ	2.82 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.49 (น้อย)	3.11 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ	2.89 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง การบริการของพนักงานขายโดยรวม และคำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ ส่วนปัจจัยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยย่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านย่อยด้านการ ส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง การบริการของพนักงานขายโดยรวม และคำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้นการแจกของขวัญของชำร่วยในโอกาสต่างๆ และการให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการ ส่งเสริมการตลาดในเรื่อง การบริการของพนักงานขายโดยรวม และ คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการ ส่งเสริมการตลาดในเรื่อง การบริการของพนักงานขายโดยรวม และคำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาท บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง การบริการของพนักงานขายโดยรวม ส่วนปัจจัยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร  
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						รวม
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงาน	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นใน การให้บริการ	3.77 (มาก)	3.72 (มาก)	3.79 (มาก)	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)
การตอบสนองและความเต็มใจ ของพนักงานในการให้บริการ	3.82 (มาก)	3.61 (มาก)	3.77 (มาก)	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)
พนักงานมีความรู้เรื่องกาแฟเป็น อย่างดี	3.82 (มาก)	3.66 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.61 (มาก)	3.61 (มาก)
พนักงานสามารถตอบข้อซักถาม และให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการ ทราบ	3.73 (มาก)	3.55 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)
ความสามารถในการแก้ปัญหา ของพนักงาน	3.55 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.69 (มาก)	3.63 (มาก)	3.51 (มาก)
พนักงานมีความเสมอภาคในการ ให้บริการ	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)	3.72 (มาก)	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)	3.78 (มาก)	3.81 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่ง กายเหมาะสม	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)	3.64 (มาก)	3.82 (มาก)	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)	3.81 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้ บริการ	3.75 (มาก)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.82 (มาก)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจ  
ในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในทุกปัจจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรทุกปัจจัย ยกเว้น ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรทุกปัจจัย ยกเว้น พนักงานมีความรู้เรื่องกาแฟเป็นอย่างดี ความสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรทุกปัจจัย ยกเว้น ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรทุกปัจจัย

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left. Above the elephant is a traditional Thai umbrella (parasol). The text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a circular path around the elephant. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						รวม
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน	3.73 (มาก)	3.83 (มาก)	3.57 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)	3.54 (มาก)	3.70 (มาก)
การตกแต่งร้าน	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	3.74 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)
สถานประกอบการมีพื้นที่กว้างไม่แออัด	3.59 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ความสะอาดของสถานประกอบการ	3.98 (มาก)	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)
การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	3.73 (มาก)	3.70 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)
ความทันสมัยของอุปกรณ์	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)	3.55 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	3.68 (มาก)	3.63 (มาก)
การมีที่นั่งภายนอกอาคาร	3.39 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.75 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่	3.02 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.74 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ที่มีไว้บริการลูกค้า	2.98 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การมีบริการใช้อินเทอร์เน็ต	3.41 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
ความสะอาดของห้องน้ำ	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.81 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง	3.82 (มาก)	3.72 (มาก)	3.62 (มาก)	3.71 (มาก)	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)	3.74 (มาก)

ตารางที่ 53 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						รวม
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีสัญลักษณ์ของร้านจำได้ง่าย	3.57 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.71 (มาก)	3.52 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพทุกปัจจัย ยกเว้นการมีที่นั่งภายนอกอาคาร การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ที่มีไว้บริการลูกค้า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ ชัดเจน การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ความสะอาดของห้องน้ำ บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง และมีสัญลักษณ์ของร้านจำได้ง่าย ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ชัดเจน การตกแต่งร้าน ความสะอาดของสถานประกอบการ ความทันสมัยของอุปกรณ์ การมีพื้นที่สูบบุหรี่ และบรรยากาศของร้านเป็นกันเอง ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพทุกปัจจัยย่อย ยกเว้น การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ และการมีบริการใช้อินเตอร์เน็ต และมีสัญลักษณ์ของร้านจำได้ง่าย มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัย  
ย่อยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพทุกปัจจัย ยกเว้น สถานประกอบการมีพื้นที่กว้างไม่  
แออัด การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ที่มีไว้บริการลูกค้า การมี  
บริการใช้อินเตอร์เน็ต มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาท มีพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัย  
ย่อยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพทุกปัจจัย ยกเว้น สถานประกอบการมีพื้นที่กว้างไม่  
แออัด การมีที่นั่งนอกอาคาร การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ที่มีไว้  
บริการลูกค้า การมีบริการใช้อินเตอร์เน็ต และความสะอาดของห้องน้ำ มีความพึงพอใจในระดับ  
ปานกลาง

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English and Thai script. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						รวม
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	3.77 (มาก)	3.68 (มาก)	3.63 (มาก)	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)
ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.84 (มาก)	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)	3.64 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)
ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว	3.55 (มาก)	3.56 (มาก)	3.68 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.59 (มาก)	3.58 (มาก)
เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน	3.39 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.51 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
เวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อ	3.48 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน	3.82 (มาก)	3.66 (มาก)	3.62 (มาก)	3.57 (มาก)	3.63 (มาก)	3.90 (มาก)	3.71 (มาก)
การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน	4.05 (มาก)	3.77 (มาก)	3.72 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,000-10,000 บาท และ รายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่อง การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน ลูกค้าได้รับ ผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่อง การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทุกปัจจัยย่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทุกปัจจัยย่อย ยกเว้นปัจจัยย่อยด้าน เวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a white elephant standing and facing left, with a traditional Thai umbrella (parasol) above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved