

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟวาวิในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ อายุ 20-30 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี รายได้ 5,000-10,000 บาท ลูกค้าใช้บริการของร้านกาแฟวาวิ สาขานิมนานเหมินทร์มากที่สุด โดยมีความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนมากกว่า 3 ครั้ง ค่าใช้จ่ายต่อครั้งโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 100 บาท ประเภทสินค้าที่บริโภคคือ ผลิตภัณฑ์จากกาแฟ ลักษณะการใช้บริการที่ร้านกาแฟวาวิ คือ ดื่ม/รับประทานที่ร้าน โดยมีผู้ร่วมมาใช้บริการด้วย 2-3 คน รู้จักร้านกาแฟวาวิจากสื่อ ป้ายหน้าร้าน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านกาแฟวาวิในระดับพอใจ เวลาที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด คือ เวลา 12.01-15.00 น. มาใช้บริการบ่อยที่สุดในวันธรรมดาจันทร์-ศุกร์

##### ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟวาวิในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะด้านกายภาพ ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องรสชาติกาแฟ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ ภาชนะบรรจุ คุณภาพของเครื่องดื่มและขนมสม่ำเสมอ ชื่อเสียงของตราหือของร้าน ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ รสชาติของขนม การมีขนมจำหน่าย และมีอาคารกรณีซื้อกลับบ้าน ความหลากหลายของขนมที่จำหน่าย และการมีสินค้าชนิดใหม่แนะนำเสนอเท่านั้น การมีเครื่องดื่มพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้านอื่น และผลิตภัณฑ์มีหลายขนาด

ปัจจัยย่อยด้านราคาและผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ที่ตั้งร้านหาง่าย ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีสาขาหลายแห่ง สะดวกในการเลือกใช้บริการ การมีที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ สามารถสั่งซื้อล่วงหน้าทางโทรศัพท์ได้ และมีบริการจัดส่งถึงสถานที่ทำงานที่บ้าน

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง การบริการของพนักงานขายโดยรวม คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การที่ร้านสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน มีการประชาสัมพันธ์ถึงลูกค้าโดยตรง เช่น สารประชาสัมพันธ์ เป็นต้น การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง การมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ และการแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในเรื่องมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ และพนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ พนักงานมีความรู้เรื่องกาแฟเป็นอย่างดี พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ และความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน

ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความสะอาดของสถานประกอบการ การตกแต่งร้าน บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง ป้ายหน้าร้าน สวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน ความทันสมัยของอุปกรณ์ การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ความสะอาดของห้องน้ำ มีสัญลักษณ์ของร้านจำได้ง่าย ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีที่นั่งภายนอกอาคาร สถานประกอบการมีพื้นที่กว้างไม่แออัด การมีบริการใช้อินเตอร์เน็ต หนังสือพิมพ์นิตยสาร โทรทัศน์ที่มีไว้บริการลูกค้า และการมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ เวลาที่ต้องรอในการสั่งสินค้าและชำระเงิน เวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อ

### ส่วนที่ 3 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการร้านกาแฟวาปี

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ไม่มีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้านอื่น ผลิตภัณฑ์ไม่มีหลายขนาด และไม่มีสินค้าชนิดใหม่นำเสนอสม่ำเสมอ ตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ไม่มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ ไม่มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม และราคากาแฟไม่เหมาะสมตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ไม่มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ไม่มีการจัดส่งถึงสถานที่ทำงาน/บ้าน และ สาขาน้อยแห่งไม่สะดวกในการเลือกใช้บริการ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ไม่ให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ ไม่แจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ และไม่มีจดหมายหรือใบปลิวส่งตรงถึงบ้าน ตามลำดับ

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานไม่มีความรู้เรื่องกาแฟ พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ และจำนวนพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการ ตามลำดับ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ คือ มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ไว้บริการลูกค้าไม่เพียงพอ สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ และบรรยากาศในร้านไม่เป็นกันเอง ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า รองลงมาลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ซ้ำ และในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงินมีความล่าช้า ตามลำดับ

ตารางที่ 55 เปรียบเทียบความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับปัญหาที่พบ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ		ปัญหา
ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	เรียงจากมากไปหาน้อย
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>		<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>
-รสชาติกาแฟ	4.06	-ไม่มีเครื่องคั่วชนิดพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้านอื่น (41.7)
-ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	4.02	-ผลิตภัณฑ์ไม่มีหลายขนาด (28.8)
-ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	4.01	-ไม่ความหลากหลายของขนมที่จำหน่าย
-การมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ	3.88	(26.3)
-คุณภาพของเครื่องคั่วและขนมสม่ำเสมอ	3.73	-ไม่มีสินค้าใหม่แนะนำสม่ำเสมอ (20.0)
-ภาชนะบรรจุ	3.82	-รสชาติของขนมไม่คงที่สม่ำเสมอ (17.1)
-ชื่อเสียงของตราเครื่องหมายของร้าน	3.66	-ไม่มีความหลากหลายชนิดกาแฟ (6.3)
-ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องคั่ว	3.62	-ไม่มีสินค้าใหม่แนะนำสม่ำเสมอ (3.3)
-รสชาติของขนม	3.46	-การไม่มีขนมจำหน่าย (2.1)
-การมีขนมจำหน่าย	3.42	-ไม่มีถาดรองกรณีซื้อกลับบ้าน (2.1)
-มีถาดรองกรณีซื้อกลับบ้าน	3.37	-เครื่องคั่วและขนมไม่มีคุณภาพ (1.3)
-ความหลากหลายของขนมที่จำหน่าย	3.23	-ไม่มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ (0.8)
-การมีสินค้าชนิดใหม่แนะนำ	3.23	
-การมีเครื่องคั่วชนิดพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่าย	3.20	
ในร้านอื่น		
-ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาด	3.11	

ตารางที่ 55 (ต่อ) เปรียบเทียบความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับปัญหาที่พบ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ		ปัญหา
ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	เรียงจากมากไปหาน้อย
<b>ด้านบุคลากร</b>		<b>ด้านบุคลากร</b>
มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	3.91	- พนักงานไม่มีความรู้เรื่องกาแฟ (13.8)
พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ	3.81	- พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ (9.6)
พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม	3.81	- จำนวนพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการ (6.3)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.79	- พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.2)
การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงาน ในการให้บริการ	3.78	- พนักงานไม่มีการตอบสนองและเต็มใจในการให้บริการ (4.2)
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	3.71	- พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการ (4.2)
พนักงานมีความรู้เรื่องกาแฟเป็นอย่างดี	3.61	- พนักงานมีบุคลิกและการแต่งกายไม่เหมาะสม (0.8)
พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูล ในสิ่งที่ต้องการทราบ	3.57	- พนักงานไม่มีความสามารถในการให้บริการ (4.2)
ความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน	3.51	- พนักงานมีบุคลิกและการแต่งกายไม่เหมาะสม (0.8)
<b>ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>		<b>ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>
- ความสะอาดของสถานประกอบการ	3.87	- มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ (32.9)
- การตกแต่งร้าน	3.82	- อินเทอร์เน็ตไว้บริการลูกค้าไม่เพียงพอ (29.6)
- บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง	3.74	- สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ (17.1)
- ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน	3.70	- บรรยากาศในร้านไม่เป็นกันเอง (7.5)
- ความทันสมัยของอุปกรณ์	3.62	- ไม่มีที่นั่งภายนอกอาคาร (5.4)
- การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	3.55	- ใช้อุปกรณ์ไม่ทันสมัย (3.8)
- ความสะอาดของห้องน้ำ	3.52	- การตกแต่งร้านจัดพื้นที่ไม่เหมาะสมกับบรรยากาศ (1.7)
- มีสัญลักษณ์ของร้านจำได้ง่าย	3.46	- สถานประกอบการไม่มีความสะอาด (1.7)
- การมีที่นั่งภายนอกอาคาร	3.34	
- สถานประกอบการมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด	3.29	
- การมีบริการใช้อินเทอร์เน็ต	3.14	
- หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ที่มีไว้บริการลูกค้า	2.99	
- การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่	2.99	

ตารางที่ 55 (ต่อ) เปรียบเทียบความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับปัญหาที่พบ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ		ปัญหา
ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	เรียงจากมากไปหาน้อย
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>		
-ที่ตั้งร้านหาง่าย	3.74	-ไม่มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (50.4)
-ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม	3.63	-ไม่มีการจัดส่งถึงสถานที่ทำงาน/บ้าน (26.7)
-ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	3.58	-ไม่สามารถสั่งซื้อล่วงหน้าทางโทรศัพท์ได้ (20.0)
-มีสาขาหลายแห่ง สะดวกในการเลือกใช้บริการ	3.23	-สาขาน้อยแห่งไม่สะดวกในการเลือกใช้บริการ
-การมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.09	(18.8)
-สามารถสั่งซื้อล่วงหน้าทางโทรศัพท์	2.77	-ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน (6.3)
-มีบริการจัดส่งถึงสถานที่ทำงาน/บ้าน	2.70	-ระยะเวลาเปิดให้บริการ ไม่มีความเหมาะสม (2.1)
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>		
-การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน	3.87	-การได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า (6.3)
ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	3.75	-ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ช้า (5.8)
ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.71	-ในการสั่งสินค้าและชำระเงินมีความล่าช้า (5.0)
ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว	3.58	-ขั้นตอนการสั่งของยุ่งยากซับซ้อน (3.3)
เวลาที่ต้องรอในการสั่งสินค้าและชำระเงิน	3.44	-ระบบการทำงานไม่มีความเป็นมาตรฐาน (3.3)
เวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อ	3.43	-การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ไม่ถูกต้องครบถ้วน (2.1)
		-การคิดเงินไม่ถูกต้อง (1.3)

ตารางที่ 55 (ต่อ) เปรียบเทียบความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับปัญหาที่พบ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ		ปัญหา
ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	เรียงจากมากไปหาน้อย
<b>ด้านราคา</b> -ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ -มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ -มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ	3.58 3.36 3.30	<b>ด้านราคา</b> -ไม่มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ (40.4) -ไม่มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม (18.3) -ราคากาแฟไม่เหมาะสม (10.8) -ไม่มีป้ายแสดงราคาของขนมและเครื่องดื่ม(2.9)
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b> -การบริการของพนักงานขายโดยรวม -คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ -การที่ร้านสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน -มีการประชาสัมพันธ์ถึงลูกค้าโดยตรง เช่น สารประชาสัมพันธ์ เป็นต้น -การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง -การมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล -การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ -การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ	3.65 3.54 3.09 2.94 2.91 2.78 2.74 2.72	<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b> -ไม่ให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ (44.6) -ไม่แจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ (43.3) -ไม่มีจดหมายหรือใบปลิวส่งตรงถึงบ้าน (37.5) -ไม่มีสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล (27.1) -ไม่ส่วนลดให้สมาชิก (25.8) -ไม่มีการประชาสัมพันธ์ถึงลูกค้าโดยตรง (25.8) -ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง (20.8) -การที่ร้านไม่สนับสนุนกิจกรรมของชุมชน (8.8)

**ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
บริการ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้**

**4.1 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ  
จำแนกตามเพศ**

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับมาก ในด้าน ผลិតภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด

**4.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ  
จำแนกตามอาชีพ**

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านราคา

อาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ

อาชีพพนักงานบริษัทห้างฯ ร้านเอกชน มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

อาชีพเจ้าของกิจการ และอาชีพนักเรียนนักศึกษา และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

**4.3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ  
จำแนกตามรายได้**

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,000 – 10,000 บาท และรายได้ 10,001-15,000



บาทมีความพึงพอใจในระดับมากปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนปัจจัยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด

#### การอภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านกาแฟวีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ของ Philip Kotler ตามที่ อคูล์ จาตุรงค์กุล (2542) ได้กล่าวถึง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (Personnel) การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการให้บริการ (Process) รวมทั้งวรรณกรรมที่ได้ทบทวน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น จากการศึกษาพบ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องรสชาติกาแฟ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน และความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ชลธิรา อินทรเทพ (2546) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในร้านกาแฟของ ผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟมากที่สุด ได้แก่ รสชาติของกาแฟ ความหลากหลายของประเภทกาแฟ และความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์กาแฟที่ทำสำเร็จ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับการศึกษาของอาภรณ์ วาฤทธิ์ (2542) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อกาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการ

ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ รูปร่างลักษณะของภาชนะบรรจุรสชาติ ส่วนผสม กลิ่น คุณภาพของกาแฟกระป๋อง

ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพิริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนส์ไชส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ โดยเลือกร้านที่มีราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านกาแฟอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องที่ตั้งร้านหาง่าย ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสมตลอดจนทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอาภรณ์ วาฤทธิ์ (2542) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อกาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อในระดับมาก คือ ความสะดวกในการจอดรถ การเป็นทางผ่านและใกล้บ้าน

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาดเพื่อให้แน่ใจว่าผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าใจและทราบถึงคุณค่าของสินค้าที่เสนอขาย จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่อง การบริการของพนักงานขายโดยรวม และคำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยด้านการแจกของชำร่วยในโอกาสต่างๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในลำดับสุดท้าย ในขณะที่ผลการศึกษาของ พิริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนส์ไชส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญต่อรายการส่งเสริมการขายในการเลือกใช้บริการ และด้านการโฆษณา ดังนั้น ร้านกาแฟวาวิจึงยังมีจุดอ่อนควรที่ปรับปรุงในด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านบุคลากร (Personnel) จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพิริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนส์ไชส์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญต่อการบริการดี ความเป็นมิตรกับลูกค้า ความมีระเบียบเรียบร้อย และการแนะนำสินค้าและบริการที่ดี

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) เป็นการแสดงให้เห็นคุณค่าของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของการบริการ จากการศึกษา พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องความสะดวกของสถานประกอบการ การตกแต่งร้าน ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ชัดเจนซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องของการตกแต่งร้านที่ดูสุขุม คลาสสิกไม่พลุกพล่านมากพอๆ กับการที่ร้านจะดูเหมาะสมกับการที่ดูทันสมัย เหมาะกับคนรุ่นใหม่

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) เป็นวิธีการดำเนินงานขององค์กร เพื่อสนองตอบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ตามกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้ เป็นวิธีการจัดการของแต่ละองค์กรเพื่อให้เกิดการบริการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม(และสินค้าอื่นๆ)ถูกต้องครบถ้วน ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้าให้ความสำคัญในระบบการให้บริการมีความรวดเร็ว ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าและบริการและความรวดเร็วในการคิดเงิน

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าสาขาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการน้อยคือ สาขาสถานบริการวิชาการนานาชาติ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งโดยเฉลี่ยตั้งแต่ 200 บาทขึ้นไปมีน้อย ประเภทของสินค้าที่บริโภคน้อยกว่าประเภทอื่น ๆ คือ ขนมขบเคี้ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักจะไม่ใช่กลับบ้าน สื่อที่ทำให้รู้จักร้านกาแฟวานี้น้อยกว่าสื่ออื่นๆ คือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์ที่ติดตามสถานที่ต่างๆ และใบปลิว และพบว่าเวลาที่มาใช้บริการน้อยคือ ก่อนเวลา 12.00 น. โดยเฉพาะวันหยุดเทศกาล

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับสุดท้าย ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาด

ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับสุดท้าย คือ มีราคาให้เลือกตามภาระบรรจุ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับสุดท้าย ในเรื่อง มีบริการจัดส่งถึงสถานที่ทำงาน/บ้าน และสามารถสั่งซื้อล่วงหน้าทางโทรศัพท์ได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับสุดท้าย ในเรื่อง การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ และการให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอันดับสุดท้าย ในเรื่อง ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอันดับสุดท้าย ในเรื่อง การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ และ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรศัพท์ที่มีไว้บริการลูกค้า

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอันดับสุดท้าย ในเรื่อง เวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อ และเวลาที่ต้องรอในการส่งสินค้าและชำระเงิน

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดอันดับแรก ต่างกันดังนี้

ปัจจัย	เพศชาย	เพศหญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	รสชาติของกาแฟ (4.07)	รสชาติของกาแฟ (4.05)
ด้านราคา	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ (3.64)	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ (3.64)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งร้านห่างไกล (3.75)	ที่ตั้งร้านห่างไกล (3.73)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-การบริการของพนักงานขายโดยรวม (3.70) -คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ (3.70)	-การบริการของพนักงานขายโดยรวม (3.57)
ด้านบุคลากร	-มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (3.89)	-มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (3.94)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของสถานประกอบการ (3.86)	ความสะอาดของสถานประกอบการ (3.88)
ด้านกระบวนการให้บริการ	การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน (3.86)	การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน (3.89)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำนวนตามอาชีพ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดอันดับแรก ต่างกันดังนี้

ปัจจัย	อาชีพ						อื่นๆ
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงานบริษัทต่างๆ ร้านเอกชน	เจ้าของกิจการ	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ	
ด้านผลิตภัณฑ์	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์จำหน่ายในร้าน (4.02)	เกษตรกร รสชาติของกาแฟ (4.25)	พนักงานบริษัทต่างๆร้านเอกชน รสชาติของกาแฟ (4.11)	เจ้าของกิจการ -รสชาติของกาแฟ (4.00) -ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์จำหน่ายในร้าน (4.00)	นักเรียน/นักศึกษา รสชาติของกาแฟ (4.37)	อื่นๆ -ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์จำหน่ายในร้าน (4.08)	
ด้านราคา	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ (3.68)	มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม (3.50)	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ (3.52)	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ (3.61)	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ (3.63)	มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม (3.46)	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งร้านห่างไกล (3.73)	ระยะเวลาปีได้ให้บริการมีความเหมาะสม (3.50)	ที่ตั้งร้านห่างไกล (3.70)	ที่ตั้งร้านห่างไกล (3.78)	ที่ตั้งร้านห่างไกล (3.95)	ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ในใกล้บ้านหรือที่ทำงาน (3.77)	
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การบริการของพนักงานขายโดยรวม (3.68)	การบริการของพนักงานขายโดยรวม (3.50)	การบริการของพนักงานขายโดยรวม (3.64)	การบริการของพนักงานขายโดยรวม (3.60)	การบริการของพนักงานขายโดยรวม (3.89)	-การบริการของพนักงานขายโดยรวม (3.62) -คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ (3.62)	

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดอันดับแรก ต่างกันดังนี้

ปัจจัย	อาชีพ					
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	เกษตกร	พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน	เจ้าของกิจการ	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ
ด้านบุคลากร	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (4.12)	พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม (4.00)	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (3.91)	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (3.86)	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (4.00)	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (3.85) -การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ (3.85)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	-ความสะอาดของสถานประกอบการ (3.93)	-ความสะอาดของสถานประกอบการ (4.10)	-ความสะอาดของสถานประกอบการ (3.88)	-การตกแต่งร้าน (3.81)	-ความสะอาดของสถานประกอบการ (4.05)	-การตกแต่งร้าน (3.85) -ความสะอาดของสถานประกอบการ (3.85)
ด้านกระบวนการให้บริการ	ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (3.85)	-ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (3.50) -ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน (3.50)	-การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้อง ครบถ้วน (3.92)	-การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้อง ครบถ้วน (3.90)	ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน (4.16)	-การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้อง ครบถ้วน (3.77)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้  
พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดอันดับแรก ต่างกันดังนี้

ปัจจัย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน (4.09)	รสชาติของกาแฟ (4.14)	รสชาติของกาแฟ (3.96)	ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน (4.14)	ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน (4.06)	รสชาติของกาแฟ (4.15)
ด้านราคา	มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม (3.41)	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ (3.63)	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ (3.62)	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ (3.64)	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ (3.69)	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ (3.59)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งร้านห่าง (3.89)	ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน (3.69)	ที่ตั้งร้านห่าง (3.66)	ที่ตั้งร้านห่าง (3.68)	ที่ตั้งร้านห่าง (3.88)	ที่ตั้งร้านห่าง (3.90)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การบริการของพนักงานขายโดยรวม (3.84)	การบริการของพนักงานขายโดยรวม (3.47)	คำแนะนำจากบุคคลที่ เคยใช้บริการ (3.64)	การบริการของพนักงานขายโดยรวม (3.89)	-การบริการของพนักงานขายโดยรวม (3.69) -คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ (3.69)	-การบริการของพนักงานขายโดยรวม (3.63)



ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดอันดับแรก ต่างกันดังนี้

ปัจจัย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ด้านบุคลากร	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (3.89)	-มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (3.84) -พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (3.84)	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (4.00)	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (4.00)	-พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (3.94) -การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ (3.94) -พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (3.94)	พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม (3.98)
ด้านการสร้างและนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการค้า	-ความสะอาดของสถานประกอบการ (3.98)	-การตกแต่งร้าน (3.88)	-การตกแต่งร้าน (3.74)	-การตกแต่งร้าน (3.89)	การตกแต่งร้าน (4.00)	การตกแต่งร้าน (3.88)
ด้านกระบวนการให้บริการ	การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน (4.05)	การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน (3.77)	ความสะอาดรวดเร็วในการให้บริการ (3.77)	การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน (3.86)	-การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน (4.00)	-การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน (3.98)

ส่วนข้อค้นพบที่เกี่ยวกับปัญหาพบจากการใช้บริการร้านกาแฟวาวิ ที่พบมากที่สุดในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ไม่มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (50.4)
2. ไม่ให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ (44.6)
3. ไม่แจกของขวัญของชำร่วยในโอกาสต่างๆ (43.3)
4. ไม่มีเครื่องคั้นชนิดพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้านอื่น (41.7)
5. ไม่มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ (40.4)
6. มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ไว้บริการลูกค้าไม่เพียงพอ (32.9)
7. สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ (29.6)
8. ผลิตภัณฑ์ไม่มีหลายขนาด (28.8)
9. ไม่มีสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล
10. ไม่มีการจัดส่งถึงสถานที่ทำงาน/บ้าน (26.7)
11. ไม่มีความหลากหลายของขนมที่จำหน่าย (26.3)
12. ไม่มีการประชาสัมพันธ์ถึงลูกค้าโดยตรง (25.8)
13. ไม่มีส่วนลดให้สมาชิก (25.8)
14. ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง (20.8)
15. ไม่มีสินค้าชนิดใหม่แนะนำเสนอสม่ำเสมอ (20.0)
16. สาขาน้อยแห่งไม่สะดวกในการเลือกใช้บริการ (18.8)
17. ไม่มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม (18.3)
18. รสชาติของขนมไม่คงที่สม่ำเสมอ (17.1)
19. บรรยากาศในร้านไม่เป็นกันเอง (17.1)
20. พนักงานไม่มีความรู้เรื่องกาแฟ (13.8)
21. พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ (13.8)
22. ไม่มีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ (13.3)
23. ราคากาแฟไม่เหมาะสม (10.8)
24. การได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า (6.3)
25. ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ซ้ำ (5.8)
26. การสั่งซื้อสินค้าและชำระเงินมีความล่าช้า (5.0)

จากข้อค้นพบข้างต้นเห็นได้ว่าปัจจัยด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามาก ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบปัญหาไม่มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ให้ส่วนลดในเทศกาลต่าง ๆ และไม่แจกของขวัญของชำร่วยในโอกาสต่างๆ ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้านอื่น ด้านราคาไม่มีราคาเลือกตามภาวะบรรจุ

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้รับมาพัฒนาการบริการที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ ซึ่งจะส่งผลให้มีการซื้อซ้ำและมีการแนะนำให้กับเพื่อน ญาติ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการของร้านกาแฟวาวิเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้ให้บริการต้องวางกลยุทธ์ในการให้บริการที่เหมาะสมสอดคล้องกับพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของลูกค้า ตามข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปแยกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้ดังนี้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรปรับปรุงในเรื่องสถานที่จอดรถให้สะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้ามาใช้บริการ ควรมีการเพิ่มบริการให้เต็มรูปแบบ เช่น การบริการรับส่งซื้อกลับบ้าน บริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ทำงานหรือที่บ้าน ตลอดจนบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกและไม่ต้องรอนานเมื่อเข้ามาใช้บริการในร้าน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเน้นการส่งเสริมการขาย การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ เช่น ลอยกระทง วันวาเลนไทน์ หรือในโอกาสสำคัญๆ เช่น วันรับปริญญา ช่วงการต้อนรับน้องใหม่ของสถานศึกษา การแจกของขวัญของชำร่วยในโอกาสต่างๆ การสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล

ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านกาแฟวาวิ ควรเพิ่มเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้านอื่น เช่น น้ำผลไม้ต่าง ๆ เป็นต้น และขนมที่จำหน่ายให้มีความหลากหลายหรือจำนวนมากขึ้น หรือมีสินค้าใหม่นำเสนอสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ตามต้องการ

ด้านราคา ควรมีราคาให้เลือกตามภาวะบรรจุ และมีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

ด้านบุคลากร ร้านกาแฟวาวิ ควรมีการให้ความรู้เรื่องกาแฟหรือสินค้าแก่พนักงาน เนื่องจากพบปัญหาพนักงานไม่มีความรู้เรื่องกาแฟ พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ ดังนั้น ทางร้านควรมีการให้ความรู้เรื่องกาแฟหรือสินค้าที่มีอยู่ เพื่อให้พนักงานสามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามแก่ลูกค้า ปลุกฝังพนักงานให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกิจการใส่ใจในการทำงานเหมือนกับเป็นกิจการของตนเอง อาจจะมีการตอบแทนด้วยการให้รางวัล เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจและมีกำลังใจในการทำงาน

ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ สิ่งที่ควรคำนึงถึงอีกประการหนึ่ง คือ การกำหนดระดับหรือตำแหน่งของสินค้า ซึ่งจะมีผลต่อกลุ่มลูกค้าโดยตรง เช่น เมื่อระดับหรือตำแหน่งของสินค้าถูกกำหนดไว้สูง จะทำให้ราคาสูงตามไปด้วย กลุ่มลูกค้าย่อมเป็นผู้มีรายได้สูง เช่นเดียวกันหากกำหนดระดับสินค้าไว้ต่ำสำหรับคนมีรายได้น้อยหรือนักเรียน/นักศึกษาจะทำให้ราคาลดลงมาด้วยเช่นกัน สิ่งที่น่าเสนอทางกายภาพก็จะมีแตกต่างกันเป็นอย่างมาก ทางร้านต้องมีการตกแต่งให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าที่มุ่งหวัง ซึ่งในปัจจุบันทางร้านควรจัดให้มีพื้นที่เฉพาะผู้สูบบุหรี่ จัดหาหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และโทรทัศน์ไว้บริการลูกค้า ตลอดจนการมีบริการอินเทอร์เน็ต สำหรับบริการลูกค้าในราคาที่เหมาะสม โดยเปรียบเทียบจากร้านอินเทอร์เน็ตทั่วไป ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสเลือกใช้บริการที่หลากหลาย และเกิดความประทับใจ และมีความพึงพอใจ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการรักษาลูกค้าให้มีความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟวาวิในการเลือกใช้บริการในครั้งต่อไป

ด้านกระบวนการให้บริการ สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งของธุรกิจบริการ คือการที่ลูกค้ารอรับสินค้าหรือรอชำระเงินหลังการสั่งซื้อนาน ร้านกาแฟวาวิควรมีการตรวจสอบกระบวนการให้บริการของร้านอาจมีความยุ่งยากซับซ้อน จึงต้องมีการปรับกระบวนการและมาตรฐานการให้บริการ โดยจัดทำเป็นแผนผังร้านให้มีการไหลของกระบวนการได้อย่างคล่องตัว เพื่อให้พนักงานปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง และให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

สำหรับปัญหาที่พบควรมีการแก้ปัญหาในทุกๆเรื่องไม่ว่าจะเป็นปัญหามากหรือน้อยก็ตาม เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่ทางร้านเอง โดยเฉพาะเรื่อง ที่จอดรถ ควรมีให้เพียงพอและสะดวกสำหรับผู้มาใช้บริการ ถ้าหากจะเปิดสาขาใหม่ควรดำเนินการเรื่องนี้ด้วย สำหรับบุคลากรของร้านจะให้ความสำคัญการส่งเสริมการขาย เป็นอันดับต่อมา ดังนั้นควรจัดให้มีรายการส่งการขายที่หลากหลาย เช่น แจกของชำร่วยหรือให้ส่วนลดพิเศษในโอกาสพิเศษ เช่น วันสงกรานต์ วันครบรอบ 1 ปีของร้าน วันขึ้นปีใหม่ และเทศกาลสำคัญ หรือมีบัตรจอดรถสำหรับสมาชิก เพื่อจูงใจให้ลูกค้าใช้บริการมากขึ้น