

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ร้านบ้านไร่กาแฟ ในกรุงเทพมหานคร ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้า
ที่เข้ามาใช้บริการร้านบ้านไร่กาแฟ ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 414 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้นำ
ทำการวิเคราะห์และแปลผล โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยข้อมูล เพศ อายุ ระดับการศึกษา
สูงสุด อาชีพหลัก รายได้หลักต่อเดือน โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง 1 – 5

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านบ้านไร่กาแฟ
ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ปัจจัยราคา ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย
ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยบุคคล ปัจจัยกระบวนการ และปัจจัยลักษณะทางกายภาพ โดย
มีรายละเอียดแสดงในตาราง 6 – 13

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านบ้านไร่กาแฟ
ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด
อาชีพหลัก และรายได้หลักต่อเดือน โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง 14 – 53

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าร้านบ้านไร่กาแฟ โดยมีรายละเอียดแสดงใน
ตาราง 54 – 55

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	192	46.40
หญิง	222	53.60
รวม	414	100.00

จากตาราง 1 ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.60 และเพศชายร้อยละ 46.40

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 25 ปี	86	20.80
26 - 35 ปี	185	44.70
36 - 45 ปี	107	25.80
46 ปีขึ้นไป	36	8.70
รวม	414	100.00

จากตาราง 2 ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี มากที่สุด ร้อยละ 44.70 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 36 - 45 ปี ร้อยละ 25.80 อายุไม่เกิน 25 ปี ร้อยละ 20.80 และอายุ 46 ปีขึ้นไป ร้อยละ 8.70 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	48	11.60
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	74	17.90
ปริญญาตรี	217	52.40
สูงกว่าปริญญาตรี	73	17.60
ไม่ตอบแบบสอบถาม	2	0.50
รวม	414	100.00

จากตาราง 3 ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 52.40 รองลงมา ได้แก่ ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 17.90 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 17.60 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า ร้อยละ 11.60 และมีผู้ไม่ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	38	9.20
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	10.40
พนักงานบริษัทเอกชน	171	41.30
ธุรกิจส่วนตัว	151	36.50
อื่นๆ	11	2.70
รวม	414	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน

จากตาราง 4 ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีอาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 41.30 รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 36.50 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 10.40 นักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 9.20 และอื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน ร้อยละ 2.70 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน

รายได้หลักต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	101	24.40
15,001 - 30,000 บาท	137	33.10
30,001 - 45,000 บาท	62	15.00
45,001 บาทขึ้นไป	113	27.30
ไม่ตอบแบบสอบถาม	1	0.20
รวม	414	100.00

จากตาราง 5 ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีรายได้หลักต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 33.10 รองลงมา ได้แก่ รายได้หลักต่อเดือน 45,001 บาท ร้อยละ 27.30 รายได้หลักต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 24.40 รายได้หลักต่อเดือน 30,001 - 45,000 บาท ร้อยละ 15.00 และ ไม่ตอบแบบสอบถามข้อนี้ คิดเป็นร้อยละ 0.20 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านบ้านไร่กาแฟ
ในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัย
ส่วนประสมการตลาดบริการร้านบ้านไร่กาแฟ ในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
ผลิตภัณฑ์	3.64	0.49	พึงพอใจมาก
ราคา	2.91	0.68	พึงพอใจปานกลาง
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.33	0.58	พึงพอใจปานกลาง
การส่งเสริมการตลาด	2.80	0.74	พึงพอใจปานกลาง
บุคคล	3.67	0.60	พึงพอใจมาก
กระบวนการ	3.79	0.61	พึงพอใจมาก
ลักษณะทางกายภาพ	3.68	0.63	พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.45	0.46	พึงพอใจปานกลาง

จากตาราง 6 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับปัจจัยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
กระบวนการ บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจใน
ระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์

ปัจจัยผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลาย	3.33	0.61	พึงพอใจปานกลาง
รสชาติของผลิตภัณฑ์	3.79	0.67	พึงพอใจมาก
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.77	0.60	พึงพอใจมาก
ภาพลักษณ์ของตราหือบ้านไร่กาแฟ	3.67	0.70	พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.64	0.49	พึงพอใจมาก

จากตาราง 7 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราหือบ้านไร่กาแฟ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลาย

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยราคา

ปัจจัยราคา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	2.97	0.80	พึงพอใจปานกลาง
ส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ	2.86	0.81	พึงพอใจปานกลาง
โดยรวม	2.91	0.68	พึงพอใจปานกลาง

จากตาราง 8 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยราคา ทั้งโดยรวมและจำแนกตามปัจจัยย่อยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัย
ช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อ การเดินทาง	3.46	0.82	พึงพอใจปานกลาง
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการ น้ำมัน	3.71	0.81	พึงพอใจมาก
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า	3.09	0.89	พึงพอใจปานกลาง
มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ	2.99	0.92	พึงพอใจปานกลาง
ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด	3.91	0.79	พึงพอใจมาก
สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้	2.79	1.01	พึงพอใจปานกลาง
โดยรวม	3.33	0.58	พึงพอใจปานกลาง

จากตาราง 9 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม
อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการ
ทุกวันไม่มีวันหยุด ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความ
พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเดินทาง ที่ตั้งของร้าน
อยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และสามารถสั่งซื้อทาง
อินเทอร์เน็ตได้

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัย
การส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.62	0.90	พึงพอใจปานกลาง
มีคู่มือป้องกันอันตรายจากผลิตภัณฑ์	2.92	0.94	พึงพอใจปานกลาง
การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ	3.12	0.92	พึงพอใจปานกลาง
การดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟ ลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลด ในการซื้อผลิตภัณฑ์	2.51	0.95	พึงพอใจปานกลาง
โดยรวม	2.80	0.74	พึงพอใจปานกลาง

จากตาราง 10 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยการส่งเสริมการตลาดบริการทั้ง
โดยรวมและจำแนกตามปัจจัยย่อยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับ
สิทธิพิเศษ มีคู่มือป้องกันอันตรายจากผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้าน
ไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยบุคคล

ปัจจัยบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	3.12	0.84	พึงพอใจปานกลาง
ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน	3.84	0.75	พึงพอใจมาก
ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน	3.77	0.73	พึงพอใจมาก
การสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน	3.73	0.70	พึงพอใจมาก
การแต่งกายของพนักงานสุภาพ	3.92	0.68	พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.67	0.60	พึงพอใจมาก

จากตาราง 11 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัย
กระบวนการ

ปัจจัยกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
การต้อนรับลูกค้า	3.90	0.71	พึงพอใจมาก
การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.60	0.77	พึงพอใจมาก
การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง	3.77	0.69	พึงพอใจมาก
การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง	3.91	0.69	พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.79	0.61	พึงพอใจมาก

จากตาราง 12 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยกระบวนการ ทั้งโดยรวมและ
จำแนกตามปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การต้อนรับลูกค้า
การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัย
ลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
ความสว่างของร้าน	3.65	0.88	พึงพอใจมาก
ความสะอาดของร้าน	3.77	0.70	พึงพอใจมาก
การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ	3.69	0.71	พึงพอใจมาก
การตกแต่งของทางร้าน	3.72	0.77	พึงพอใจมาก
สถานที่นั่งพักผ่อน	3.58	0.94	พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.68	0.63	พึงพอใจมาก

จากตาราง 13 ลูกค้ายกย่องอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยลักษณะทางกายภาพทั้งโดยรวม
และจำแนกตามปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของร้าน การตกแต่งของทางร้าน
การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ ความสว่างของร้าน และสถานที่นั่งพักผ่อน

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านบ้านไร่กาแฟใน
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
ผลิตภัณฑ์	3.62 พึงพอใจมาก	3.66 พึงพอใจมาก
ราคา	2.86 พึงพอใจปานกลาง	2.96 พึงพอใจปานกลาง
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.33 พึงพอใจปานกลาง	3.31 พึงพอใจปานกลาง
การส่งเสริมการตลาด	2.81 พึงพอใจปานกลาง	2.78 พึงพอใจปานกลาง
บุคคล	3.68 พึงพอใจมาก	3.67 พึงพอใจมาก
กระบวนการ	3.81 พึงพอใจมาก	3.78 พึงพอใจมาก
ลักษณะทางกายภาพ	3.70 พึงพอใจมาก	3.66 พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.40 พึงพอใจปานกลาง	3.40 พึงพอใจปานกลาง

จากตาราง 14 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
จำแนกตามเพศ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับ

เพศชาย เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ บุคคล และผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ
ในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

เพศหญิง เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ บุคคล และผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย	3.31 พึงพอใจปานกลาง	3.35 พึงพอใจปานกลาง
รสชาติของผลิตภัณฑ์	3.81 พึงพอใจมาก	3.78 พึงพอใจมาก
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.73 พึงพอใจมาก	3.81 พึงพอใจมาก
ภาพลักษณ์ของตราหีบบ้านไร่กาแฟ	3.63 พึงพอใจมาก	3.71 พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.62 พึงพอใจมาก	3.66 พึงพอใจมาก

จากตาราง 15 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

เพศชาย เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราหีบบ้านไร่กาแฟ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย

เพศหญิง เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รสชาติของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราหีบบ้านไร่กาแฟ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	2.91 พึงพอใจปานกลาง	3.02 พึงพอใจปานกลาง
ส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ	2.81 พึงพอใจปานกลาง	2.90 พึงพอใจปานกลาง
โดยรวม	2.86 พึงพอใจปานกลาง	2.96 พึงพอใจปานกลาง

จากตาราง 16 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการกำหนดราคาบริการ จำแนกตามเพศ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย สำหรับ

เพศชาย เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ ตามลำดับ

เพศหญิง เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเดินทาง	3.52 พึงพอใจมาก	3.41 พึงพอใจปานกลาง
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน	3.72 พึงพอใจมาก	3.69 พึงพอใจมาก
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า	3.09 พึงพอใจปานกลาง	3.09 พึงพอใจปานกลาง
มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ	3.01 พึงพอใจปานกลาง	2.97 พึงพอใจปานกลาง
ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด	3.91 พึงพอใจมาก	3.91 พึงพอใจมาก
สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้	2.75 พึงพอใจปานกลาง	2.83 พึงพอใจปานกลาง
โดยรวม	3.33 พึงพอใจปานกลาง	3.31 พึงพอใจปานกลาง

จากตาราง 17 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับ

เพศชาย เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน และสถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเดินทาง ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และสามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

เพศหญิง เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน และสถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเดินทาง ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และสามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้านักค้าปลีกต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม เพศ

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.60 พึงพอใจปานกลาง	2.64 พึงพอใจปานกลาง
มีคู่มือส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์	2.96 พึงพอใจปานกลาง	2.89 พึงพอใจปานกลาง
การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ	3.21 พึงพอใจปานกลาง	3.05 พึงพอใจปานกลาง
การดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์	2.47 พึงพอใจน้อย	2.55 พึงพอใจปานกลาง
โดยรวม	2.81 พึงพอใจปานกลาง	2.78 พึงพอใจปานกลาง

จากราย 18 ลูกค้านักค้าปลีกตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม เพศ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับ

เพศชาย เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้านักค้าปลีกมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคู่มือส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้านักค้าปลีกตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์

เพศหญิง เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้านักค้าปลีกมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคู่มือส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยบุคคล จำแนกตามเพศ

ปัจจัยบุคคล	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	3.18 พึงพอใจปานกลาง	3.06 พึงพอใจปานกลาง
ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน	3.86 พึงพอใจมาก	3.83 พึงพอใจมาก
ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน	3.75 พึงพอใจมาก	3.78 พึงพอใจมาก
การสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน	3.72 พึงพอใจมาก	3.75 พึงพอใจมาก
การแต่งกายของพนักงานสุภาพ	3.91 พึงพอใจมาก	3.93 พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.68 พึงพอใจมาก	3.67 พึงพอใจมาก

จากตาราง 19 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยบุคคล จำแนกตามเพศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

เพศชาย เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

เพศหญิง เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยกระบวนการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
การต้อนรับลูกค้า	3.92 พึงพอใจมาก	3.89 พึงพอใจมาก
การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.61 พึงพอใจมาก	3.58 พึงพอใจมาก
การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง	3.80 พึงพอใจมาก	3.74 พึงพอใจมาก
การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง	3.91 พึงพอใจมาก	3.91 พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.81 พึงพอใจมาก	3.78 พึงพอใจมาก

จากตาราง 20 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยกระบวนการ จำแนกตามเพศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

เพศชาย เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การต้อนรับลูกค้า การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

เพศหญิง เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
ความสว่างของร้าน	3.66 พึงพอใจมาก	3.64 พึงพอใจมาก
ความสะอาดของร้าน	3.79 พึงพอใจมาก	3.74 พึงพอใจมาก
การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ	3.68 พึงพอใจมาก	3.69 พึงพอใจมาก
การตกแต่งของทางร้าน	3.77 พึงพอใจมาก	3.67 พึงพอใจมาก
สถานที่นั่งพักผ่อน	3.60 พึงพอใจมาก	3.57 พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.70 พึงพอใจมาก	3.66 พึงพอใจมาก

จากตาราง 21 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

เพศชาย เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของร้าน การตกแต่งของทางร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ ความสว่างของร้าน และสถานที่นั่งพักผ่อน ตามลำดับ

เพศหญิง เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ ความสว่างของร้าน การตกแต่งของทางร้าน และสถานที่นั่งพักผ่อน ตามลำดับ

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ผลิตภัณฑ์	3.73 พึงพอใจ มาก	3.63 พึงพอใจ มาก	3.61 พึงพอใจ มาก	3.54 พึงพอใจ มาก
ราคา	3.07 พึงพอใจ ปานกลาง	2.94 พึงพอใจ ปานกลาง	2.80 พึงพอใจ ปานกลาง	2.75 พึงพอใจ ปานกลาง
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.37 พึงพอใจ ปานกลาง	3.37 พึงพอใจ ปานกลาง	3.27 พึงพอใจ ปานกลาง	3.06 พึงพอใจ ปานกลาง
การส่งเสริมการตลาด	2.85 พึงพอใจ ปานกลาง	2.86 พึงพอใจ ปานกลาง	2.72 พึงพอใจ ปานกลาง	2.51 พึงพอใจ ปานกลาง
บุคคล	3.69 พึงพอใจ มาก	3.72 พึงพอใจ มาก	3.63 พึงพอใจ มาก	3.49 พึงพอใจ ปานกลาง
กระบวนการ	3.83 พึงพอใจ มาก	3.81 พึงพอใจ มาก	3.76 พึงพอใจ มาก	3.70 พึงพอใจ มาก
ลักษณะทางกายภาพ	3.75 พึงพอใจ มาก	3.68 พึงพอใจ มาก	3.67 พึงพอใจ มาก	3.45 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.47 พึงพอใจ ปานกลาง	3.43 พึงพอใจ ปานกลาง	3.35 พึงพอใจ ปานกลาง	3.21 พึงพอใจ ปานกลาง

จากตาราง 22 ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
จำแนกตามอายุ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับ

อายุไม่เกิน 25 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ กระบวนการ
ลักษณะทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์ และบุคคล ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับ
ปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

อายุ 26 - 35 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ กระบวนการ
บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับ
ปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

อายุ 36 - 45 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ กระบวนการ
ลักษณะทางกายภาพ บุคคล และผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับ
ปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

อายุ 46 ปี ขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
กระบวนการ และผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยที่ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
ได้แก่ บุคคล ลักษณะทางกายภาพ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 35 ปี	36 - 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย	3.44 พึงพอใจ ปานกลาง	3.31 พึงพอใจ ปานกลาง	3.23 พึงพอใจ ปานกลาง	3.44 พึงพอใจ ปานกลาง
รสชาติของผลิตภัณฑ์	3.91 พึงพอใจ มาก	3.78 พึงพอใจ มาก	3.78 พึงพอใจ มาก	3.61 พึงพอใจ มาก
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.88 พึงพอใจ มาก	3.77 พึงพอใจ มาก	3.76 พึงพอใจ มาก	3.54 พึงพอใจ มาก
ภาพลักษณ์ของตราหือบ้านไร่กาแพ	3.70 พึงพอใจ มาก	3.67 พึงพอใจ มาก	3.67 พึงพอใจ มาก	3.58 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.73 พึงพอใจ มาก	3.63 พึงพอใจ มาก	3.61 พึงพอใจ มาก	3.54 พึงพอใจ มาก

จากตาราง 23 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

อายุไม่เกิน 25 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราหือบ้านไร่กาแพ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย

อายุ 26 – 35 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราหือบ้านไร่กาแพ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย

อายุ 36 – 45 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราयीหื้อบ้านไร่กาแพ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลาย

อายุ 46 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราयीหื้อบ้านไร่กาแพ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลาย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.15	2.98	2.85	2.86
	พึงพอใจ	พึงพอใจ	พึงพอใจ	พึงพอใจ
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ	3.00	2.90	2.75	2.65
	พึงพอใจ	พึงพอใจ	พึงพอใจ	พึงพอใจ
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
โดยรวม	3.07	2.94	2.80	2.75
	พึงพอใจ	พึงพอใจ	พึงพอใจ	พึงพอใจ
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง

จากตาราง 24 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการกำหนดราคาบริการ จำแนกตามอายุ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย สำหรับ

อายุไม่เกิน 25 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ ตามลำดับ

อายุ 26 – 35 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ ตามลำดับ

อายุ 36 – 45 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ ตามลำดับ

อายุ 46 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ ตามลำดับ

ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเดินทาง	3.43 พึงพอใจปานกลาง	3.48 พึงพอใจปานกลาง	3.50 พึงพอใจมาก	3.33 พึงพอใจปานกลาง
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน	3.63 พึงพอใจมาก	3.79 พึงพอใจมาก	3.68 พึงพอใจมาก	3.53 พึงพอใจมาก
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า	3.22 พึงพอใจปานกลาง	3.18 พึงพอใจปานกลาง	2.94 พึงพอใจปานกลาง	2.71 พึงพอใจปานกลาง
มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ	3.16 พึงพอใจปานกลาง	2.99 พึงพอใจปานกลาง	2.97 พึงพอใจปานกลาง	2.61 พึงพอใจปานกลาง
ให้บริการทุกวัน ไม่มีวันหยุด	3.88 พึงพอใจมาก	3.96 พึงพอใจมาก	3.90 พึงพอใจมาก	3.75 พึงพอใจมาก
สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้	2.94 พึงพอใจปานกลาง	2.87 พึงพอใจปานกลาง	2.65 พึงพอใจปานกลาง	2.47 พึงพอใจน้อย
โดยรวม	3.37 พึงพอใจปานกลาง	3.37 พึงพอใจปานกลาง	3.27 พึงพอใจปานกลาง	3.06 พึงพอใจปานกลาง

จากตาราง 25 ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย
จำแนกตามอายุ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับ

อายุไม่เกิน 25 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการ
ทุกวันไม่มีวันหยุด และที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามี
ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่าย มีความสะดวกต่อการเดินทาง ที่ตั้ง
ของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และสามารถสั่งซื้อ
ทางอินเทอร์เน็ตได้

อายุ 26 - 35 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการ
ทุกวันไม่มีวันหยุด และที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามี
ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่าย มีความสะดวกต่อการเดินทาง ที่ตั้ง
ของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และสามารถสั่งซื้อ
ทางอินเทอร์เน็ตได้

อายุ 36 - 45 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการทุก
วันไม่มีวันหยุด ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน และสถานที่จัดจำหน่ายมีความ
สะดวกต่อการเดินทาง ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่ตั้งของ
ร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และสามารถสั่งซื้อทาง
อินเทอร์เน็ตได้

อายุ 46 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการ
ทุกวันไม่มีวันหยุด และที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความ
พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวก ต่อการเดินทาง ที่ตั้งของร้าน
อยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า และมีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามี
ความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.74 พึงพอใจ ปานกลาง	2.68 พึงพอใจ ปานกลาง	2.53 พึงพอใจ ปานกลาง	2.28 พึงพอใจ น้อย
มีคูปองส่วนลดราคา	3.01 พึงพอใจ ปานกลาง	3.00 พึงพอใจ ปานกลาง	2.80 พึงพอใจ ปานกลาง	2.67 พึงพอใจ ปานกลาง
การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ	3.10 พึงพอใจ ปานกลาง	3.17 พึงพอใจ ปานกลาง	3.13 พึงพอใจ ปานกลาง	2.89 พึงพอใจ ปานกลาง
การดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์	2.56 พึงพอใจ ปานกลาง	2.59 พึงพอใจ ปานกลาง	2.44 พึงพอใจ น้อย	2.22 พึงพอใจ น้อย
โดยรวม	2.85 พึงพอใจ ปานกลาง	2.86 พึงพอใจ ปานกลาง	2.72 พึงพอใจ ปานกลาง	2.51 พึงพอใจ ปานกลาง

จากตาราง 26 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับ

อายุไม่เกิน 25 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคูปองส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์

อายุ 26 – 35 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคูปองส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์

อายุ 36 – 45 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคู่มือป้องกันอุบัติเหตุราคาผลิตภัณฑ์ และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์

อายุ 46 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ และมีคู่มือป้องกันอุบัติเหตุราคาผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยบุคคล จำแนกตามอายุ

ปัจจัยบุคคล	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	3.10 พึงพอใจ ปานกลาง	3.19 พึงพอใจ ปานกลาง	3.05 พึงพอใจ ปานกลาง	2.97 พึงพอใจ ปานกลาง
ความสุภาพในการให้บริการ ของพนักงาน	3.85 พึงพอใจ มาก	3.90 พึงพอใจ มาก	3.82 พึงพอใจ มาก	3.58 พึงพอใจ มาก
ความคล่องแคล่วในการให้บริการ ของพนักงาน	3.78 พึงพอใจ มาก	3.83 พึงพอใจ มาก	3.72 พึงพอใจ มาก	3.58 พึงพอใจ มาก
การสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน	3.77 พึงพอใจ มาก	3.76 พึงพอใจ มาก	3.73 พึงพอใจ มาก	3.53 พึงพอใจ มาก
การแต่งกายของพนักงานสุภาพ	3.98 พึงพอใจ มาก	3.94 พึงพอใจ มาก	3.87 พึงพอใจ มาก	3.83 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.69 พึงพอใจ มาก	3.72 พึงพอใจ มาก	3.63 พึงพอใจ มาก	3.49 พึงพอใจ ปานกลาง

จากตาราง 27 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยบุคคล จำแนกตามอายุ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

อายุไม่เกิน 25 ปี เห็นว่า ปัจจัยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

อายุ 26 - 35 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

อายุ 36 - 45 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน การสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน และความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

อายุ 46 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

ตาราง 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยกระบวนการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 35 ปี	36 - 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
การต้อนรับลูกค้า	3.93 พึงพอใจมาก	3.95 พึงพอใจมาก	3.87 พึงพอใจมาก	3.72 พึงพอใจมาก
การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.66 พึงพอใจมาก	3.64 พึงพอใจมาก	3.49 ปานกลาง	3.56 พึงพอใจมาก
การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง	3.78 พึงพอใจมาก	3.76 พึงพอใจมาก	3.79 พึงพอใจมาก	3.72 พึงพอใจมาก
การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง	3.95 พึงพอใจมาก	3.91 พึงพอใจมาก	3.92 พึงพอใจมาก	3.81 พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.83 พึงพอใจมาก	3.81 พึงพอใจมาก	3.76 พึงพอใจมาก	3.70 พึงพอใจมาก

จากตาราง 28 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยกระบวนการ จำแนกตามอายุ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

อายุไม่เกิน 25 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

อายุ 26 – 35 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การต้อนรับลูกค้า การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

อายุ 36 – 45 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

อายุ 46 ปี ขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ตาราง 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 35 ปี	36 - 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ความสว่างของร้าน	3.65 พึงพอใจ มาก	3.72 พึงพอใจ มาก	3.66 พึงพอใจ มาก	3.22 พึงพอใจ ปานกลาง
ความสะอาดของร้าน	3.92 พึงพอใจ มาก	3.75 พึงพอใจ มาก	3.72 พึงพอใจ มาก	3.61 พึงพอใจ มาก
การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ	3.84 พึงพอใจ มาก	3.68 พึงพอใจ มาก	3.63 พึงพอใจ มาก	3.56 พึงพอใจ มาก
การตกแต่งของทางร้าน	3.79 พึงพอใจ มาก	3.71 พึงพอใจ มาก	3.74 พึงพอใจ มาก	3.53 พึงพอใจ มาก
สถานที่นั่งพักผ่อน	3.56 พึงพอใจ มาก	3.63 พึงพอใจ มาก	3.62 พึงพอใจ มาก	3.33 พึงพอใจ ปานกลาง
โดยรวม	3.75 พึงพอใจ มาก	3.68 พึงพอใจ มาก	3.67 พึงพอใจ มาก	3.45 พึงพอใจ มาก

จากตาราง 29 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

อายุไม่เกิน 25 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ การตกแต่งของทางร้าน ความสว่างของร้าน สถานที่นั่งพักผ่อน ตามลำดับ

อายุ 26 – 35 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของร้าน ความสว่างของร้าน การตกแต่งของทางร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ สถานที่นั่งพักผ่อน ตามลำดับ

อายุ 36 – 45 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การตกแต่งของทางร้าน ความสะอาดของร้าน ความสว่างของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ สถานที่นั่งพักผ่อน ตามลำดับ

อายุ 46 ปี ขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาด การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ และการตกแต่งของทางร้าน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่นั่งพักผ่อน และความสว่างของร้าน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด			
	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ผลิตภัณฑ์	3.64 พึงพอใจ มาก	3.48 พึงพอใจ ปานกลาง	3.70 พึงพอใจ มาก	3.61 พึงพอใจ มาก
ราคา	3.01 พึงพอใจ ปานกลาง	3.03 พึงพอใจ ปานกลาง	2.91 พึงพอใจ ปานกลาง	2.76 พึงพอใจ ปานกลาง
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.31 พึงพอใจ ปานกลาง	3.24 พึงพอใจ ปานกลาง	3.37 พึงพอใจ ปานกลาง	3.27 พึงพอใจ ปานกลาง
การส่งเสริมการตลาด	2.80 พึงพอใจ ปานกลาง	2.96 พึงพอใจ ปานกลาง	2.77 พึงพอใจ ปานกลาง	2.67 พึงพอใจ ปานกลาง
บุคคล	3.64 พึงพอใจ มาก	3.54 พึงพอใจ มาก	3.74 พึงพอใจ มาก	3.63 พึงพอใจ มาก
กระบวนการ	3.84 พึงพอใจ มาก	3.61 พึงพอใจ มาก	3.82 พึงพอใจ มาก	3.85 พึงพอใจ มาก
ลักษณะทางกายภาพ	3.67 พึงพอใจ มาก	3.55 พึงพอใจ มาก	3.78 พึงพอใจ มาก	3.52 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.41 พึงพอใจ ปานกลาง	3.34 พึงพอใจ ปานกลาง	3.44 พึงพอใจ ปานกลาง	3.33 พึงพอใจ ปานกลาง

จากตาราง 30 ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับ

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความ
พึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ ผลិតภัณฑ์ และบุคคล ส่วน
ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการ
ส่งเสริมการตลาด

การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจใน
ระดับมาก ได้แก่ กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ และบุคคล ส่วนปัจจัยย่อยลูกค้ามีความ
พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริม
การตลาด

การศึกษาระดับปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ บุคคล และผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ
ในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก
ได้แก่ กระบวนการ บุคคล ผลิตภัณฑ์ และลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความ
พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้านำปัจจัยผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด			
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย	3.37 พึงพอใจปานกลาง	3.36 พึงพอใจปานกลาง	3.31 พึงพอใจปานกลาง	3.36 พึงพอใจปานกลาง
รสชาติของผลิตภัณฑ์	3.85 พึงพอใจมาก	3.62 พึงพอใจมาก	3.83 พึงพอใจมาก	3.81 พึงพอใจมาก
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.79 พึงพอใจมาก	3.53 พึงพอใจมาก	3.86 พึงพอใจมาก	3.74 พึงพอใจมาก
ภาพลักษณ์ของตราหือบ้านไร่กาแฟ	3.56 พึงพอใจมาก	3.45 พึงพอใจปานกลาง	3.81 พึงพอใจมาก	3.55 พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.64 พึงพอใจมาก	3.48 พึงพอใจปานกลาง	3.70 พึงพอใจมาก	3.61 พึงพอใจมาก

จากตาราง 31 ลูกค้านำกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ดังนี้

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราหือบ้านไร่กาแฟ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย

การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย และภาพลักษณ์ของตราयीหื้อบ้านไร่กาแพ

การศึกษาระดับปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์รสชาติของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราयीหื้อบ้านไร่กาแพ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์ของตราयीหื้อ บ้านไร่กาแพ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยราคา จำแนกตามระดับการศึกษา
สูงสุด

ปัจจัยราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด			
	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.19 พึงพอใจ ปานกลาง	3.05 พึงพอใจ ปานกลาง	2.94 พึงพอใจ ปานกลาง	2.82 พึงพอใจ ปานกลาง
ส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อ ครั้งละหลายๆ	2.83 พึงพอใจ ปานกลาง	3.01 พึงพอใจ ปานกลาง	2.88 พึงพอใจ ปานกลาง	2.70 พึงพอใจ ปานกลาง
โดยรวม	3.01 พึงพอใจ ปานกลาง	3.03 พึงพอใจ ปานกลาง	2.91 พึงพอใจ ปานกลาง	2.76 พึงพอใจ ปานกลาง

จากตาราง 32 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยราคา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย สำหรับ

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละหลายๆ ตามลำดับ

การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละหลายๆ ตามลำดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละหลายๆ ตามลำดับ

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละหลายๆ ตามลำดับ

ตาราง 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด			
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเดินทาง	3.44 พึงพอใจปานกลาง	3.41 พึงพอใจปานกลาง	3.52 พึงพอใจมาก	3.34 พึงพอใจปานกลาง
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน	3.58 พึงพอใจมาก	3.43 พึงพอใจปานกลาง	3.82 พึงพอใจมาก	3.70 พึงพอใจมาก
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า	3.02 พึงพอใจปานกลาง	3.04 พึงพอใจปานกลาง	3.13 พึงพอใจปานกลาง	3.07 พึงพอใจปานกลาง
มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ	3.15 พึงพอใจปานกลาง	3.08 พึงพอใจปานกลาง	2.96 พึงพอใจปานกลาง	2.89 พึงพอใจปานกลาง
ให้บริการทุกวัน ไม่มีวันหยุด	3.91 พึงพอใจมาก	3.61 พึงพอใจมาก	3.97 พึงพอใจมาก	4.01 พึงพอใจมาก
สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้	2.81 พึงพอใจปานกลาง	2.87 พึงพอใจปานกลาง	2.82 พึงพอใจปานกลาง	2.62 พึงพอใจปานกลาง
โดยรวม	3.31 พึงพอใจปานกลาง	3.24 พึงพอใจปานกลาง	3.37 พึงพอใจปานกลาง	3.27 พึงพอใจปานกลาง

จากตาราง 33 ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย
จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับ

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความ
พึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด และที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานี
บริการน้ำมัน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายมี
ความสะดวกต่อการเดินทาง มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณ
สถานีรถไฟฟ้า และสามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจใน
ระดับมาก ได้แก่ ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับ
ปานกลาง ได้แก่ ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวก
ต่อการเดินทาง มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า
และสามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

การศึกษาระดับปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน และสถานที่จัดจำหน่าย
มีความสะดวกต่อการเดินทาง ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และสามารถ
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก
ได้แก่ ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน ส่วนปัจจัยย่อยที่
ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่าย มีความสะดวกต่อการเดินทาง
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และสามารถ
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

ตาราง 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด			
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.61 พึงพอใจปานกลาง	2.89 พึงพอใจปานกลาง	2.56 พึงพอใจปานกลาง	2.52 พึงพอใจปานกลาง
มีคูปองส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์	3.02 พึงพอใจปานกลาง	3.08 พึงพอใจปานกลาง	2.85 พึงพอใจปานกลาง	2.88 พึงพอใจปานกลาง
การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ	3.04 พึงพอใจปานกลาง	3.15 พึงพอใจปานกลาง	3.15 พึงพอใจปานกลาง	3.03 พึงพอใจปานกลาง
การดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์	2.56 พึงพอใจปานกลาง	2.73 พึงพอใจปานกลาง	2.53 พึงพอใจปานกลาง	2.26 พึงพอใจน้อย
โดยรวม	2.80 พึงพอใจปานกลาง	2.96 พึงพอใจปานกลาง	2.77 พึงพอใจปานกลาง	2.67 พึงพอใจปานกลาง

จากตาราง 34 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับ

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือต่ำกว่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคูปองส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคู่มือส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคู่มือส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีคู่มือส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ และการสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์

ตาราง 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตจบบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา
สูงสุด

บัณฑิตจบบุคคล	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด			
	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	2.98 พึงพอใจ ปานกลาง	3.23 พึงพอใจ ปานกลาง	3.17 พึงพอใจ ปานกลาง	2.92 พึงพอใจ ปานกลาง
ความสุภาพในการให้บริการ ของพนักงาน	3.78 พึงพอใจ มาก	3.66 พึงพอใจ มาก	3.91 พึงพอใจ มาก	3.86 พึงพอใจ มาก
ความคล่องแคล่วในการให้บริการ ของพนักงาน	3.74 พึงพอใจ มาก	3.68 พึงพอใจ มาก	3.82 พึงพอใจ มาก	3.73 พึงพอใจ มาก
การสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน	3.75 พึงพอใจ มาก	3.51 พึงพอใจ มาก	3.79 พึงพอใจ มาก	3.78 พึงพอใจ มาก
การแต่งกายของพนักงานสุภาพ	3.96 พึงพอใจ มาก	3.66 พึงพอใจ มาก	4.01 พึงพอใจ มาก	3.86 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.64 พึงพอใจ มาก	3.54 พึงพอใจ มาก	3.74 พึงพอใจ มาก	3.63 พึงพอใจ มาก

จากตาราง 35 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตจบบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือต่ำกว่า เห็นว่า บัณฑิตย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของ

พนักงาน การสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน และความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน การแต่งกายของพนักงานสุภาพ การสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

การศึกษาระดับปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน การแต่งกายของพนักงานสุภาพ การสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

ตาราง 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้านักศึกษาต่อปัจจัยกระบวนการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด			
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
การต้อนรับลูกค้า	3.92 พึงพอใจมาก	3.68 พึงพอใจมาก	3.96 พึงพอใจมาก	3.96 พึงพอใจมาก
การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.69 พึงพอใจมาก	3.58 พึงพอใจมาก	3.58 พึงพอใจมาก	3.60 พึงพอใจมาก
การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง	3.77 พึงพอใจมาก	3.54 พึงพอใจมาก	3.81 พึงพอใจมาก	3.86 พึงพอใจมาก
การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง	4.00 พึงพอใจมาก	3.65 พึงพอใจมาก	3.96 พึงพอใจมาก	3.99 พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.84 พึงพอใจมาก	3.61 พึงพอใจมาก	3.82 พึงพอใจมาก	3.85 พึงพอใจมาก

จากตาราง 36 ลูกค้านักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยกระบวนการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย สำหรับ

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การต้อนรับลูกค้า การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง ตามลำดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การต้อนรับลูกค้า การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การต้อนรับลูกค้า การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด			
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ความสว่างของร้าน	3.60 พึงพอใจมาก	3.43 พึงพอใจปานกลาง	3.78 พึงพอใจมาก	3.51 พึงพอใจมาก
ความสะอาดของร้าน	3.79 พึงพอใจมาก	3.58 พึงพอใจมาก	3.83 พึงพอใจมาก	3.73 พึงพอใจมาก
การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ	3.81 พึงพอใจมาก	3.55 พึงพอใจมาก	3.74 พึงพอใจมาก	3.58 พึงพอใจมาก
การตกแต่งของทางร้าน	3.63 พึงพอใจมาก	3.66 พึงพอใจมาก	3.85 พึงพอใจมาก	3.47 พึงพอใจปานกลาง
สถานที่นั่งพักสบาย	3.52 พึงพอใจมาก	3.54 พึงพอใจมาก	3.70 พึงพอใจมาก	3.34 พึงพอใจปานกลาง
โดยรวม	3.67 พึงพอใจมาก	3.55 พึงพอใจมาก	3.78 พึงพอใจมาก	3.52 พึงพอใจมาก

จากตาราง 37 ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยลักษณะทางกายภาพ
จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจ
ในระดับมาก ได้แก่ การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ ความสะอาดของร้าน การตกแต่งของทาง
ร้าน ความสว่างของร้าน และสถานที่นั่งพักผ่อน ตามลำดับ

การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจใน
ระดับมาก ได้แก่ การตกแต่งของทางร้าน ความสะอาดของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ
และสถานที่นั่งพักผ่อน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความ
สว่างของร้าน

การศึกษาระดับปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
การตกแต่งของทางร้าน ความสะอาดของร้าน ความสว่างของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ
และสถานที่นั่งพักผ่อน

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก
ได้แก่ ความสะอาดของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ ความสว่างของร้าน ส่วนปัจจัยย่อย
ที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งของทางร้าน และสถานที่นั่งพักผ่อน

ตาราง 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้านำปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
จำแนกตามอาชีพหลัก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพหลัก				
	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
ผลิตภัณฑ์	3.73 พึงพอใจ มาก	3.71 พึงพอใจ มาก	3.61 พึงพอใจ มาก	3.59 พึงพอใจ มาก	4.04 พึงพอใจ มาก
ราคา	3.16 พึงพอใจ ปานกลาง	2.91 พึงพอใจ ปานกลาง	2.93 พึงพอใจ ปานกลาง	2.80 พึงพอใจ ปานกลาง	3.31 พึงพอใจ ปานกลาง
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.33 พึงพอใจ ปานกลาง	3.29 พึงพอใจ ปานกลาง	3.34 พึงพอใจ ปานกลาง	3.30 พึงพอใจ ปานกลาง	3.34 พึงพอใจ ปานกลาง
การส่งเสริมการตลาด	2.94 พึงพอใจ ปานกลาง	2.87 พึงพอใจ ปานกลาง	2.80 พึงพอใจ ปานกลาง	2.72 พึงพอใจ ปานกลาง	2.69 พึงพอใจ ปานกลาง
บุคคล	3.64 พึงพอใจ มาก	3.62 พึงพอใจ มาก	3.62 พึงพอใจ มาก	3.74 พึงพอใจ มาก	3.96 พึงพอใจ มาก
กระบวนการ	3.71 พึงพอใจ มาก	3.74 พึงพอใจ มาก	3.73 พึงพอใจ มาก	3.89 พึงพอใจ มาก	3.88 พึงพอใจ มาก
ลักษณะทางกายภาพ	3.70 พึงพอใจ มาก	3.63 พึงพอใจ มาก	3.66 พึงพอใจ มาก	3.68 พึงพอใจ มาก	3.96 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.45 พึงพอใจ ปานกลาง	3.39 พึงพอใจ ปานกลาง	3.38 พึงพอใจ ปานกลาง	3.38 พึงพอใจ ปานกลาง	3.59 พึงพอใจ มาก

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน

จากตาราง 38 ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
จำแนกตามอาชีพหลัก ดังต่อไปนี้

นักเรียน / นักศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ และบุคคล ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ
ในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก
ได้แก่ กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพ และบุคคล ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีความ
พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

พนักงานบริษัทเอกชน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก
ได้แก่ กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ บุคคล และผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีความ
พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ กระบวนการ
บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับ
ปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษียณและแม่บ้าน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับ
มาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมี
ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพหลัก

ปัจจัยผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพหลัก				
	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลาย	3.45 พึงพอใจ ปานกลาง	3.47 พึงพอใจ ปานกลาง	3.30 พึงพอใจ ปานกลาง	3.25 พึงพอใจ ปานกลาง	3.82 พึงพอใจ มาก
รสชาติของผลิตภัณฑ์	3.92 พึงพอใจ มาก	3.84 พึงพอใจ มาก	3.72 พึงพอใจ มาก	3.80 พึงพอใจ มาก	4.18 พึงพอใจ มาก
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.82 พึงพอใจ มาก	3.77 พึงพอใจ มาก	3.78 พึงพอใจ มาก	3.73 พึงพอใจ มาก	4.09 พึงพอใจ มาก
ภาพลักษณ์ของตราหือ บ้านไร่กาแฟ	3.74 พึงพอใจ มาก	3.79 พึงพอใจ มาก	3.66 พึงพอใจ มาก	3.59 พึงพอใจ มาก	4.09 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.73 พึงพอใจ มาก	3.71 พึงพอใจ มาก	3.61 พึงพอใจ มาก	3.59 พึงพอใจ มาก	4.04 พึงพอใจ มาก

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน

จากตาราง 39 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพหลัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

นักเรียน / นักศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราหือบ้านไร่กาแฟ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลาย

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ของตราयीหื้อบ้านไร่กาแพ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย

พนักงานบริษัทเอกชน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รสชาติของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราयीหื้อบ้านไร่กาแพ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย

ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราयीหื้อบ้านไร่กาแพ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย

อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก คือ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ของตราयीหื้อบ้านไร่กาแพ และผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย ตามลำดับ

ตาราง 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยราคา จำแนกตามอาชีพหลัก

ปัจจัยราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพหลัก				
	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.16 พึงพอใจ ปานกลาง	3.00 พึงพอใจ ปานกลาง	2.97 พึงพอใจ ปานกลาง	2.88 พึงพอใจ ปานกลาง	3.45 พึงพอใจ ปานกลาง
ส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อ ครั้งละมากๆ	3.16 พึงพอใจ ปานกลาง	2.83 พึงพอใจ ปานกลาง	2.90 พึงพอใจ ปานกลาง	2.72 พึงพอใจ ปานกลาง	3.18 พึงพอใจ ปานกลาง
โดยรวม	3.16 พึงพอใจ ปานกลาง	2.91 พึงพอใจ ปานกลาง	2.93 พึงพอใจ ปานกลาง	2.80 พึงพอใจ ปานกลาง	3.31 พึงพอใจ ปานกลาง

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน

จากตาราง 40 ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยราคา จำแนกตามอาชีพหลักโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย สำหรับ

นักเรียน / นักศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ ตามลำดับ

พนักงานบริษัทเอกชน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ ตามลำดับ

ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ ตามลำดับ

อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ ตามลำดับ

ตาราง 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพหลัก

ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพหลัก				
	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
สถานที่จัดจำหน่ายมีความ สะดวกต่อการเดินทาง	3.37 พึงพอใจ ปานกลาง	3.56 พึงพอใจ มาก	3.44 พึงพอใจ ปานกลาง	3.50 พึงพอใจ มาก	3.27 พึงพอใจ ปานกลาง
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานี บริการน้ำมัน	3.58 พึงพอใจ มาก	3.65 พึงพอใจ มาก	3.74 พึงพอใจ มาก	3.71 พึงพอใจ มาก	3.73 พึงพอใจ มาก
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานี รถไฟฟ้า	3.18 พึงพอใจ ปานกลาง	3.10 พึงพอใจ ปานกลาง	3.12 พึงพอใจ ปานกลาง	3.03 พึงพอใจ ปานกลาง	2.90 พึงพอใจ ปานกลาง
มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ	3.05 พึงพอใจ ปานกลาง	2.86 พึงพอใจ ปานกลาง	2.99 พึงพอใจ ปานกลาง	3.01 พึงพอใจ ปานกลาง	3.00 พึงพอใจ ปานกลาง
ให้บริการทุกวัน ไม่มีวันหยุด	3.89 พึงพอใจ มาก	3.74 พึงพอใจ มาก	3.96 พึงพอใจ มาก	3.87 พึงพอใจ มาก	4.36 พึงพอใจ มาก
สามารถสั่งซื้อทาง อินเทอร์เน็ตได้	2.92 พึงพอใจ ปานกลาง	2.87 พึงพอใจ ปานกลาง	2.83 พึงพอใจ ปานกลาง	2.69 พึงพอใจ ปานกลาง	2.82 พึงพอใจ ปานกลาง
โดยรวม	3.33 พึงพอใจ ปานกลาง	3.29 พึงพอใจ ปานกลาง	3.34 พึงพอใจ ปานกลาง	3.30 พึงพอใจ ปานกลาง	3.34 พึงพอใจ ปานกลาง

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน

จากตาราง 41 ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย
จำแนกตามอาชีพหลัก มีผลดังนี้

นักเรียน / นักศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด และที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน ส่วนปัจจัยย่อยที่
ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเดินทาง
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และสามารถ
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก
ได้แก่ ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน และสถานที่
จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเดินทาง ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
ได้แก่ ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ และมีจำนวน
สาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ

พนักงานบริษัทเอกชน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด และที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน ส่วนปัจจัยย่อยที่
ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเดินทาง
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และสามารถ
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการ
ทุกวันไม่มีวันหยุด ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน สถานที่จัดจำหน่ายมีความ
สะดวกต่อการเดินทาง ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่ตั้งของ
ร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และสามารถสั่งซื้อทาง
อินเทอร์เน็ตได้

อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับ
มาก ได้แก่ ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน และสถานที่
จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเดินทาง ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
ได้แก่ ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และ
สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

ตาราง 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพหลัก

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพหลัก				
	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.79 พึงพอใจ ปานกลาง	2.76 พึงพอใจ ปานกลาง	2.57 พึงพอใจ ปานกลาง	2.60 พึงพอใจ ปานกลาง	2.45 พึงพอใจ น้อย
มีคูปองส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์	3.00 พึงพอใจ ปานกลาง	2.98 พึงพอใจ ปานกลาง	3.01 พึงพอใจ ปานกลาง	2.79 พึงพอใจ ปานกลาง	2.82 พึงพอใจ ปานกลาง
การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับ สิทธิพิเศษ	3.21 พึงพอใจ ปานกลาง	3.07 พึงพอใจ ปานกลาง	3.14 พึงพอใจ ปานกลาง	3.08 พึงพอใจ ปานกลาง	3.27 พึงพอใจ ปานกลาง
การดาวน์โหลดภาพบ้านไร่ กาแฟลงโทรศัพท์มือถือ เพื่อรับ ส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์	2.79 พึงพอใจ ปานกลาง	2.67 พึงพอใจ ปานกลาง	2.50 พึงพอใจ ปานกลาง	2.43 พึงพอใจ น้อย	2.22 พึงพอใจ น้อย
โดยรวม	2.94 พึงพอใจ ปานกลาง	2.87 พึงพอใจ ปานกลาง	2.80 พึงพอใจ ปานกลาง	2.72 พึงพอใจ ปานกลาง	2.69 พึงพอใจ ปานกลาง

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน

จากตาราง 42 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพหลัก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางสำหรับ

นักเรียน / นักศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคูปองส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษมีคู่มือป้องกันส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

พนักงานบริษัทเอกชน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกปัจจัย ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคู่มือป้องกันส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคู่มือป้องกันส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์

อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคู่มือป้องกันส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์

ตาราง 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยบุคคล จำแนกตามอาชีพหลัก

ปัจจัยบุคคล	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพหลัก				
	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
จำนวนพนักงานที่ให้บริการ เพียงพอ	3.26 พึงพอใจ ปานกลาง	3.09 พึงพอใจ ปานกลาง	3.07 พึงพอใจ ปานกลาง	3.11 พึงพอใจ ปานกลาง	3.55 พึงพอใจ ปานกลาง
ความสุภาพในการให้บริการ ของพนักงาน	3.74 พึงพอใจ มาก	3.81 พึงพอใจ มาก	3.79 พึงพอใจ มาก	3.93 พึงพอใจ มาก	3.91 พึงพอใจ มาก
ความคล่องแคล่วในการ ให้บริการของพนักงาน	3.71 พึงพอใจ มาก	3.65 พึงพอใจ มาก	3.70 พึงพอใจ มาก	3.87 พึงพอใจ มาก	4.09 พึงพอใจ มาก
การสื่อสารที่ชัดเจนของ พนักงาน	3.66 พึงพอใจ มาก	3.70 พึงพอใจ มาก	3.68 พึงพอใจ มาก	3.80 พึงพอใจ มาก	4.09 พึงพอใจ มาก
การแต่งกายของพนักงานสุภาพ	3.84 พึงพอใจ มาก	3.86 พึงพอใจ มาก	3.86 พึงพอใจ มาก	4.00 พึงพอใจ มาก	4.18 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.64 พึงพอใจ มาก	3.62 พึงพอใจ มาก	3.62 พึงพอใจ มาก	3.74 พึงพอใจ มาก	3.96 พึงพอใจ มาก

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน

จากตาราง 43 ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยบุคคล จำแนกตามอาชีพหลัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

นักเรียน / นักศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการ

ของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน การสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน และความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

พนักงานบริษัทเอกชน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษียณและแม่บ้าน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน การสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน และจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

ตาราง 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้านำปัจจัยกระบวนการ จำแนกตามอาชีพหลัก

ปัจจัยกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพหลัก				
	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
การต้อนรับลูกค้า	3.82 พึงพอใจ มาก	3.84 พึงพอใจ มาก	3.82 พึงพอใจ มาก	4.02 พึงพอใจ มาก	4.09 พึงพอใจ มาก
การให้คำแนะนำเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์	3.53 พึงพอใจ มาก	3.56 พึงพอใจ มาก	3.55 พึงพอใจ มาก	3.68 พึงพอใจ มาก	3.55 พึงพอใจ มาก
การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง	3.68 พึงพอใจ มาก	3.72 พึงพอใจ มาก	3.72 พึงพอใจ มาก	3.85 พึงพอใจ มาก	3.91 พึงพอใจ มาก
การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง	3.82 พึงพอใจ มาก	3.86 พึงพอใจ มาก	3.85 พึงพอใจ มาก	4.01 พึงพอใจ มาก	4.00 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.71 พึงพอใจ มาก	3.74 พึงพอใจ มาก	3.73 พึงพอใจ มาก	3.89 พึงพอใจ มาก	3.88 พึงพอใจ มาก

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน

จากตาราง 44 ลูกค้านำกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยกระบวนการ จำแนกตามอาชีพหลัก โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย สำหรับ

นักเรียน / นักศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การต้อนรับลูกค้า การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

พนักงานบริษัทเอกชน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และแม่บ้าน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ตาราง 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพหลัก

ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพหลัก				
	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
ความสว่างของร้าน	3.63 พึงพอใจ มาก	3.44 พึงพอใจ ปานกลาง	3.69 พึงพอใจ มาก	3.64 พึงพอใจ มาก	4.09 พึงพอใจ มาก
ความสะอาดของร้าน	3.84 พึงพอใจ มาก	3.84 พึงพอใจ มาก	3.68 พึงพอใจ มาก	3.79 พึงพอใจ มาก	4.18 พึงพอใจ มาก
การจัดวางผลิตภัณฑ์ เป็นระเบียบ	3.76 พึงพอใจ มาก	3.67 พึงพอใจ มาก	3.65 พึงพอใจ มาก	3.69 พึงพอใจ มาก	4.00 พึงพอใจ มาก
การตกแต่งของทางร้าน	3.76 พึงพอใจ มาก	3.63 พึงพอใจ มาก	3.73 พึงพอใจ มาก	3.70 พึงพอใจ มาก	4.00 พึงพอใจ มาก
สถานที่นั่งพักสบาย	3.53 พึงพอใจ มาก	3.58 พึงพอใจ มาก	3.58 พึงพอใจ มาก	3.60 พึงพอใจ มาก	3.55 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.70 พึงพอใจ มาก	3.63 พึงพอใจ มาก	3.66 พึงพอใจ มาก	3.68 พึงพอใจ มาก	3.96 พึงพอใจ มาก

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และ แม่บ้าน

จากตาราง 45 ลูกค้ายกย่องตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยลักษณะทางกายภาพ
จำแนกตามอาชีพหลัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

นักเรียน / นักศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความ
สะอาดของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ การตกแต่งของทางร้าน ความสว่างของร้าน
และสถานที่นั่งพักผ่อน ตามลำดับ

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก
ได้แก่ ความสะอาดของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ การตกแต่งของทางร้าน และ
สถานที่นั่งพักผ่อน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสว่าง
ของร้าน

พนักงานบริษัทเอกชน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การ
ตกแต่งของทางร้าน ความสว่างของร้าน ความสะอาดของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ
และสถานที่นั่งพักผ่อน ตามลำดับ

ธุรกิจส่วนตัว เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาด
ของร้าน การตกแต่งของทางร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ ความสว่างของร้าน สถานที่
นั่งพักผ่อน ตามลำดับ

อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษียณ และแม่บ้าน เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับ
มาก ได้แก่ ความสะอาดของร้าน ความสว่างของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ การตกแต่ง
ของทางร้าน และสถานที่นั่งพักผ่อน ตามลำดับ

ตาราง 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001 บาท ขึ้นไป
ผลิตภัณฑ์	3.71 พึงพอใจ มาก	3.65 พึงพอใจ มาก	3.60 พึงพอใจ มาก	3.58 พึงพอใจ มาก
ราคา	3.07 พึงพอใจ ปานกลาง	2.98 พึงพอใจ ปานกลาง	2.88 พึงพอใจ ปานกลาง	2.71 พึงพอใจ ปานกลาง
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.33 พึงพอใจ ปานกลาง	3.31 พึงพอใจ ปานกลาง	3.39 พึงพอใจ ปานกลาง	3.23 พึงพอใจ ปานกลาง
การส่งเสริมการตลาด	2.90 พึงพอใจ ปานกลาง	2.82 พึงพอใจ ปานกลาง	2.75 พึงพอใจ ปานกลาง	2.67 พึงพอใจ ปานกลาง
บุคคล	3.70 พึงพอใจ มาก	3.65 พึงพอใจ มาก	3.61 พึงพอใจ มาก	3.70 พึงพอใจ มาก
กระบวนการ	3.80 พึงพอใจ มาก	3.74 พึงพอใจ มาก	3.73 พึงพอใจ มาก	3.87 พึงพอใจ มาก
ลักษณะทางกายภาพ	3.79 พึงพอใจ มาก	3.65 พึงพอใจ มาก	3.59 พึงพอใจ มาก	3.65 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.47 พึงพอใจ ปานกลาง	3.40 พึงพอใจ ปานกลาง	3.36 พึงพอใจ ปานกลาง	3.34 พึงพอใจ ปานกลาง

จากตาราง 46 ลูกค้ายุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับ

รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์ และบุคคล ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ
ในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

รายได้ 15,001 - 30,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก
ได้แก่ กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ บุคคล และลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความ
พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

รายได้ 30,001 - 45,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก
ได้แก่ กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ บุคคล และลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความ
พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

รายได้ 45,001 บาทขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
กระบวนการ บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ
ในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน

ปัจจัยผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001 บาท ขึ้นไป
ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย	3.40 พึงพอใจ ปานกลาง	3.34 พึงพอใจ ปานกลาง	3.31 พึงพอใจ ปานกลาง	3.26 พึงพอใจ ปานกลาง
รสชาติของผลิตภัณฑ์	3.89 พึงพอใจ มาก	3.76 พึงพอใจ มาก	3.76 พึงพอใจ มาก	3.75 พึงพอใจ มาก
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.84 พึงพอใจ มาก	3.76 พึงพอใจ มาก	3.77 พึงพอใจ มาก	3.73 พึงพอใจ มาก
ภาพลักษณ์ของตราหีบบ้านไร่ กาแฟ	3.72 พึงพอใจ มาก	3.74 พึงพอใจ มาก	3.56 พึงพอใจ มาก	3.59 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.71 พึงพอใจ มาก	3.65 พึงพอใจ มาก	3.60 พึงพอใจ มาก	3.58 พึงพอใจ มาก

จากตาราง 47 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราหีบบ้านไร่กาแฟ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย

รายได้ 15,001 – 30,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราหีบบ้านไร่กาแฟ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย

รายได้ 30,001–45,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รสชาติของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราयीหื้อบ้านไร่กาแฟ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย

รายได้ 45,001 บาทขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราयीหื้อบ้านไร่กาแฟ ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลาย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตาราง 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยราคา จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน

ปัจจัยราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001 บาท ขึ้นไป
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.17 พึงพอใจ ปานกลาง	3.00 พึงพอใจ ปานกลาง	2.89 พึงพอใจ ปานกลาง	2.80 พึงพอใจ ปานกลาง
ส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อ ครั้งละหลายๆ	2.98 พึงพอใจ ปานกลาง	2.96 พึงพอใจ ปานกลาง	2.87 พึงพอใจ ปานกลาง	2.62 พึงพอใจ ปานกลาง
โดยรวม	3.07 พึงพอใจ ปานกลาง	2.98 พึงพอใจ ปานกลาง	2.88 พึงพอใจ ปานกลาง	2.71 พึงพอใจ ปานกลาง

จากตาราง 48 พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยราคา จำแนกตามรายได้หลัก ต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย สำหรับ

รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละหลายๆ ตามลำดับ

รายได้ 15,001 – 30,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละหลายๆ ตามลำดับ

รายได้ 30,001 – 45,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละหลายๆ ตามลำดับ

รายได้ 45,001 บาทขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละหลายๆ ตามลำดับ

ตาราง 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตาม รายได้หลักต่อเดือน

ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001 บาท ขึ้นไป
สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวก ต่อการเดินทาง	3.14 พึงพอใจ ปานกลาง	3.46 พึงพอใจ ปานกลาง	3.58 พึงพอใจ มาก	3.45 พึงพอใจ ปานกลาง
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานี บริการน้ำมัน	3.65 พึงพอใจ มาก	3.67 พึงพอใจ มาก	3.90 พึงพอใจ มาก	3.68 พึงพอใจ มาก
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานี รถไฟฟ้า	3.17 พึงพอใจ ปานกลาง	3.13 พึงพอใจ ปานกลาง	3.29 พึงพอใจ ปานกลาง	2.84 พึงพอใจ ปานกลาง
มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯอย่าง เพียงพอ	3.17 พึงพอใจ ปานกลาง	2.96 พึงพอใจ ปานกลาง	3.00 พึงพอใจ ปานกลาง	2.85 พึงพอใจ ปานกลาง
ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด	3.96 พึงพอใจ มาก	3.96 พึงพอใจ มาก	3.79 พึงพอใจ มาก	4.04 พึงพอใจ มาก
สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้	2.93 พึงพอใจ ปานกลาง	2.93 พึงพอใจ ปานกลาง	2.80 พึงพอใจ ปานกลาง	2.57 พึงพอใจ ปานกลาง
โดยรวม	3.33 พึงพอใจ ปานกลาง	3.31 พึงพอใจ ปานกลาง	3.39 พึงพอใจ ปานกลาง	3.23 พึงพอใจ ปานกลาง

จากตาราง 49 ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย
จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางสำหรับ

รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด และที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน ส่วนปัจจัยย่อยที่
ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานี
รถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการ
เดินทาง และสามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

รายได้ 15,001 – 30,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้า
ยกกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการ
เดินทาง ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และ
สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

รายได้ 30,001 – 45,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด และสถานที่จัดจำหน่าย
มีความสะดวกต่อการเดินทาง ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่
ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และสามารถ
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

รายได้ 45,001 บาทขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้า
มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเดินทาง มี
จำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า และสามารถ
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

ตาราง 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม รายได้หลักต่อเดือน

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001 บาท ขึ้นไป
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.74 พึงพอใจ ปานกลาง	2.63 พึงพอใจ ปานกลาง	2.60 พึงพอใจ ปานกลาง	2.49 พึงพอใจ ปานกลาง
มีคู่มือส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์	3.06 พึงพอใจ ปานกลาง	2.92 พึงพอใจ ปานกลาง	2.95 พึงพอใจ ปานกลาง	2.78 พึงพอใจ ปานกลาง
การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ	3.17 พึงพอใจ ปานกลาง	3.13 พึงพอใจ ปานกลาง	3.07 พึงพอใจ ปานกลาง	3.09 พึงพอใจ ปานกลาง
การดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟ ลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลด ในการซื้อผลิตภัณฑ์	2.64 พึงพอใจ ปานกลาง	2.60 พึงพอใจ ปานกลาง	2.40 พึงพอใจ ปานกลาง	2.34 พึงพอใจ ปานกลาง
โดยรวม	2.90 พึงพอใจ ปานกลาง	2.82 พึงพอใจ ปานกลาง	2.75 พึงพอใจ ปานกลาง	2.67 พึงพอใจ ปานกลาง

จากตาราง 50 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย สำหรับ รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคู่มือส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

รายได้ 15,001 – 30,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคู่มือส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อ

ต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

รายได้ 30,001 – 45,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคู่มือส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

รายได้ 45,001 บาทขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคู่มือส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยบุคคล จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน

ปัจจัยบุคคล	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001 บาท ขึ้นไป
จำนวนพนักงานที่ให้บริการ เพียงพอ	3.16 พึงพอใจ ปานกลาง	3.15 พึงพอใจ ปานกลาง	3.02 พึงพอใจ ปานกลาง	3.09 พึงพอใจ ปานกลาง
ความสุภาพในการให้บริการ ของพนักงาน	3.84 พึงพอใจ มาก	3.82 พึงพอใจ มาก	3.82 พึงพอใจ มาก	3.88 พึงพอใจ มาก
ความคล่องแคล่วในการให้บริการ ของพนักงาน	3.82 พึงพอใจ มาก	3.70 พึงพอใจ มาก	3.77 พึงพอใจ มาก	3.80 พึงพอใจ มาก
การสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน	3.77 พึงพอใจ มาก	3.70 พึงพอใจ มาก	3.68 พึงพอใจ มาก	3.77 พึงพอใจ มาก
การแต่งกายของพนักงานสุภาพ	3.95 พึงพอใจ มาก	3.89 พึงพอใจ มาก	3.77 พึงพอใจ มาก	4.00 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.70 พึงพอใจ มาก	3.65 พึงพอใจ มาก	3.61 พึงพอใจ มาก	3.70 พึงพอใจ มาก

จากตาราง 51 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยบุคคล จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับ

รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วใน

การให้บริการของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

รายได้ 15,001 – 30,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

รายได้ 30,001 – 45,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน การแต่งกายของพนักงานสุภาพ และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

รายได้ 45,001 บาทขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

ตาราง 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยกระบวนการ จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน

ปัจจัยกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001 บาท ขึ้นไป
การต้อนรับลูกค้า	3.87 พึงพอใจมาก	3.87 พึงพอใจมาก	3.79 พึงพอใจมาก	4.04 พึงพอใจมาก
การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.65 พึงพอใจมาก	3.55 พึงพอใจมาก	3.53 พึงพอใจมาก	3.63 พึงพอใจมาก
การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง	3.77 พึงพอใจมาก	3.66 พึงพอใจมาก	3.81 พึงพอใจมาก	3.87 พึงพอใจมาก
การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง	3.92 พึงพอใจมาก	3.90 พึงพอใจมาก	3.82 พึงพอใจมาก	3.97 พึงพอใจมาก
โดยรวม	3.80 พึงพอใจมาก	3.74 พึงพอใจมาก	3.73 พึงพอใจมาก	3.87 พึงพอใจมาก

จากตาราง 52 ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน โดยอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย สำหรับ

รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

รายได้ 15,001 – 30,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

รายได้ 30,001 – 45,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง การต้อนรับลูกค้า และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

รายได้ 45,001 บาทขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การต้อนรับลูกค้า การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ตาราง 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยลักษณะทางกายภาพ จำแนกตาม รายได้หลักต่อเดือน

ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001 บาท ขึ้นไป
ความสว่างของร้าน	3.75 พึงพอใจ มาก	3.64 พึงพอใจ มาก	3.60 พึงพอใจ มาก	3.59 พึงพอใจ มาก
ความสะอาดของร้าน	3.88 พึงพอใจ มาก	3.75 พึงพอใจ มาก	3.65 พึงพอใจ มาก	3.74 พึงพอใจ มาก
การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ	3.83 พึงพอใจ มาก	3.61 พึงพอใจ มาก	3.63 พึงพอใจ มาก	3.67 พึงพอใจ มาก
การตกแต่งของทางร้าน	3.82 พึงพอใจ มาก	3.72 พึงพอใจ มาก	3.61 พึงพอใจ มาก	3.67 พึงพอใจ มาก
สถานที่นั่งพักผ่อน	3.67 พึงพอใจ มาก	3.55 พึงพอใจ มาก	3.50 พึงพอใจ มาก	3.58 พึงพอใจ มาก
โดยรวม	3.79 พึงพอใจ มาก	3.65 พึงพอใจ มาก	3.59 พึงพอใจ มาก	3.65 พึงพอใจ มาก

จากตาราง 53 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ การตกแต่งของทางร้าน ความสว่างของร้าน สถานที่นั่งพักผ่อนตามลำดับ

รายได้ 15,001 – 30,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของร้าน การตกแต่งของทางร้าน ความสว่างของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ สถานที่นั่งพักผ่อนตามลำดับ

รายได้ 30,001 – 45,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ การตกแต่งของทางร้าน ความสว่างของร้าน สถานที่นั่งพักผ่อนตามลำดับ

รายได้ 45,001 บาทขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ การตกแต่งของทางร้าน ความสว่างของร้าน สถานที่นั่งพักผ่อนตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าร้านบ้านไร่กาแฟ

ตาราง 54 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาของลูกค้าร้านบ้านไร่กาแฟ

ปัญหา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ขนาดบรรจุผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็ก	1.48	0.57	ไม่มีปัญหา
ป้ายราคาผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน	1.59	0.63	มีปัญหาน้อย
ช่วงเวลาเปิดทำการของร้าน 06.00 น. สายไป	1.29	0.52	ไม่มีปัญหา
ช่วงเวลาเปิดทำการของร้าน 22.00 น. เร็วไป	1.44	0.64	ไม่มีปัญหา
สื่อโฆษณาของทางร้านมีน้อย	1.67	0.65	มีปัญหาน้อย
การไม่ได้รับข่าวสารของทางร้าน	1.75	0.66	มีปัญหาน้อย
ความน่าสนใจของรายการส่งเสริมการขาย	1.69	0.64	มีปัญหาน้อย
จำนวนพนักงานที่ให้บริกการน้อย	1.75	0.68	มีปัญหาน้อย
รอรับผลิตภัณฑ์ใช้เวลานาน	1.51	0.65	มีปัญหาน้อย
จำนวนที่นั่งพักผ่อนน้อย	1.62	0.68	มีปัญหาน้อย
โดยรวม	1.58	0.41	มีปัญหาน้อย

จากตาราง 54 พบว่า ปัญหาของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างร้านบ้านไร่กาแฟ โดยรวมมีปัญหาน้อย ได้แก่ การไม่ได้รับข่าวสารของทางร้าน จำนวนพนักงานที่ให้บริกการน้อย ความน่าสนใจของรายการส่งเสริมการขาย สื่อโฆษณาของทางร้านมีน้อย จำนวนที่นั่งพักผ่อนน้อย ป้ายราคาผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน และรอรับผลิตภัณฑ์ใช้เวลานาน

ตาราง 55 แสดงจำนวนข้อเสนอแนะของลูกค้าเกี่ยวกับร้านบ้านไร่กาแฟ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1.ควรปรับลดราคาผลิตภัณฑ์ลง	21	40.38
2.ควรมีส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ	11	21.15
3.ควรขยายสาขาในกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้น	10	19.23
4.ควรเพิ่มจำนวนพนักงานไว้คอยให้บริการเพื่อความรวดเร็ว	9	17.30
5.ควรมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกเพิ่มขึ้น	8	15.38
6.ควรมีจำนวนที่นั่งเพิ่มเติม	6	11.53
7.ควรเปิดให้บริการอินเทอร์เน็ต	5	9.61
8.ควรปรับปรุงป้ายแสดงรายการและราคาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น	4	7.69

หมายเหตุ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีข้อเสนอแนะจำนวน 52 คน

จากตาราง 55 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับร้านบ้านไร่กาแฟอันดับแรก คือ ปรับลดราคาผลิตภัณฑ์ลง ร้อยละ 40.38 รองลงมา คือ ควรมีส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ร้อยละ 21.15 ควรขยายสาขาในกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้น ร้อยละ 19.23 ควรเพิ่มจำนวนพนักงานไว้คอยให้บริการเพื่อความรวดเร็ว ร้อยละ 17.30 ควรมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกเพิ่มขึ้น ร้อยละ 15.38 ควรมีจำนวนที่นั่งเพิ่มเติม ร้อยละ 11.53 ควรเปิดให้บริการอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 9.61 ควรปรับปรุงป้ายแสดงรายการและราคาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ร้อยละ 7.69 ตามลำดับ