

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.7 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 36.3 มีอายุ 20-24 ปี ร้อยละ 44.0 รองลงมาอายุ 25-29 ปี ร้อยละ 22.3 และ อายุ 30-34 ปี ร้อยละ 19.7 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 77.0 สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ร้อยละ 20.3 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 15.3 โดยส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ร้อยละ 42.7 รองลงมาได้แก่อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 32.0 และมีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 32.3 รองลงมา ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 25.0 และสถานบันเทิงที่ชอบใช้บริการคือ Pub & Restaurant ร้อยละ 76.7 รองลงมาคือร้านอาหาร ไอศกรีม ร้อยละ 35.0 ร้านที่เปิดเพลงโดยไม่มีวงดนตรี ร้อยละ 34.7 และคิสโก้เทค ร้อยละ 26.7

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

เหตุผลสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คือ ต้องการพบปะเพื่อนฝูง ร้อยละ 63.3 รองลงมา พักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 62.0 ผ่อนคลายความเครียดร้อยละ 58.7 และเพื่อความสนุกสนาน ร้อยละ 57.3

สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานบันเทิงมากที่สุดคือ เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 94.1 รองลงมา ไปสเตอร์ที่ติดตามสถานที่ต่างๆ ร้อยละ 18.8

โดยส่วนใหญ่จะใช้บริการในวันศุกร์ ร้อยละ 40.3 และวันเสาร์ ร้อยละ 28.7 เวลาที่เริ่มไปใช้บริการบ่อยที่สุดคือ 20.01 น. – 22.00 น. ร้อยละ 42.3 รองลงมา 22.01 น. –เที่ยงคืน ร้อยละ

31.0 มีความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 36.0 รองลงมา 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 17.0 เวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการแต่ละครั้ง 3-4 ชั่วโมง ร้อยละ 62.3 รองลงมา 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 20.0 โดยส่วนใหญ่มีผู้ร่วมใช้บริการแต่ละครั้ง 4-6 คน ร้อยละ 39.0 รองลงมา 2-3 คน ร้อยละ 26.7 บริเวณที่ชอบนั่งมากที่สุดใ้สถานบันเทิงคือ บริเวณที่มีบรรยากาศดี เช่น ริมแม่น้ำ บริเวณที่มีทิวทัศน์ดี ร้อยละ 49.0 รองลงมาบริเวณที่โล่ง ร้อยละ 15.0 และบริเวณหน้าเวที ร้อยละ 14.0 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท ร้อยละ 42.7 รองลงมา 500 – 1,000 บาท ร้อยละ 41.7 หลังจกการใช้บริการแต่ละครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกเฉยๆและรู้สึกดีขึ้น ใกล้เคียงกัน ร้อยละ 48.7 และ 47.0 ตามลำดับ และส่วนใหญ่อยากกลับมาใช้บริการสถานบันเทิงอีก ร้อยละ 56.3 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 42.7

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย และในรายละเอียดของปัจจัยแต่ละด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คืออันดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล (พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น พนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี)

รองลงมา ด้านกระบวนการให้บริการ (อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง มีการให้บริการอย่างเสมอภาค พนักงานมีการทำงานร่วมกันอย่างมีระบบ การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน สอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า)

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (มีห้องน้ำสะอาด มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี ความปลอดภัยภายในร้าน ความสะอาดของร้านและมีที่นั่งเพียงพอ ภายในร้านกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง อบอุ่น การตกแต่งภายในร้านสวยงาม การจัดพื้นที่ภายในร้านเป็นสัดส่วน การตกแต่งภายนอกดูสวยงาม ดูดี ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน เปิดบริการมานานแล้ว)

ด้านผลิตภัณฑ์ (ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ ความสะอาดของอาหาร ความไพเราะของดนตรี แนวเพลง/ดนตรี ความมีภาพลักษณ์ที่ดีของร้าน รสชาติของอาหาร รสชาติของเครื่องดื่ม)

ความมีชื่อเสียงของร้าน ความหลากหลายของอาหาร ความหลากหลายของเครื่องดื่ม คนอื่นๆที่มา
เที่ยวที่ร้านมีจำนวนมาก การมีเมนูพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้านอื่น การมีเมนูใหม่นำเสนอ)

ด้านราคา (มีเมนูที่บอกราคาชัดเจน ราคาอาหาร ราคาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์
ราคาค่าบริการพิเศษ สามารถชำระได้ด้วยบัตรเครดิต)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ที่ตั้งของร้านห่าง
ระยะเวลาการเปิด-ปิดของร้าน ที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พัก ที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่ทำงาน/เรียน บริการ
จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ มีสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ใกล้แหล่งชุมชน)

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (การลดราคามิกเซอร์ การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ การลด
ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การลดราคาอาหาร Happy Hour เช่น ก่อน3ทุ่มเปิดเหล้า1 แกรม1 การทำ
บัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ การจัดคอนเสิร์ต และการมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม
(PG) การแจกของพรีเมียมหรือของขวัญแก่ลูกค้าในโอกาสพิเศษต่างๆ การมีการสะสมยอดเพื่อ
แลกของรางวัล การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มีการชิงโชค ชิงรางวัล การ
โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ใบปลิว, โปสเตอร์ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ การโฆษณาผ่านป้าย
ต่างๆ เช่น คัทเอ้าท์, ป้ายผ้า การโฆษณาทางวิทยุ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ
มาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาด
ของภาชนะ/อุปกรณ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ความสะอาดของอาหาร มี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) และความไพเราะของดนตรี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
(ค่าเฉลี่ย 4.18)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
(ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีเมนูที่บอกราคา
ชัดเจนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา ราคาอาหารมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
(ค่าเฉลี่ย 4.15) และราคามิกเซอร์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวม มี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับ
แรก คือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา
ที่ตั้งของร้านห่างมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และระยะเวลาการเปิด-ปิดของร้านมี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การลดราคามิกเซอร์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมา การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.42) เท่ากัน รองลงมา พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40) พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น และพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.39) เท่ากัน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีห้องน้ำสะอาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40) และความปลอดภัยภายในร้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้องมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) และมีการให้บริการอย่างเสมอภาคมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ตาราง 68 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบันเทิง
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 ลำดับแรก

ปัจจัย	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสะอาดของภาชนะ/ อุปกรณ์ 4.33 (มาก)	ความสะอาดของอาหาร 4.21 (มาก)	ความไพเราะของดนตรี 4.18 (มาก)
ด้านราคา	มีเมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.23 (มาก)	ราคาอาหาร 4.15 (มาก)	ราคามิกเซอร์ 4.02 (มาก)
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการ เดินทาง 4.25 (มาก)	ที่ตั้งของร้านหาง่าย 3.91 (มาก)	ระยะเวลาการเปิด-ปิดของ ร้าน 3.74 (มาก)
ด้านการส่งเสริม ทางการตลาด	การลดราคามิกเซอร์ 3.94 (มาก)	การให้ส่วนลดพิเศษใน เทศกาลต่างๆ 3.89 (มาก)	การลดราคาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ 3.83 (มาก)
ด้านบุคคล	พนักงานต้อนรับมีความ สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มี ความเป็นกันเองกับลูกค้า 4.42 (มาก)	พนักงานให้บริการอย่าง ถูกต้องและรวดเร็ว 4.40 (มาก)	พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็น อย่างดี มีความกระตือรือร้น และพนักงานให้บริการ อย่างเพียงพอ 4.39 (มาก)
ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	มีห้องน้ำสะอาด 4.44 (มาก)	มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ ดี 4.40 (มาก)	ความปลอดภัยภายในร้าน 4.38 (มาก)
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	อาหารและเครื่องดื่มได้รับ อย่างรวดเร็วและถูกต้อง 4.34 (มาก)	มีการคิดเงินที่รวดเร็วและ ถูกต้อง 4.23 (มาก)	มีการให้บริการอย่างเสมอ ภาค 4.20 (มาก)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบจากการใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ อาหารไม่อร่อย ร้อยละ 48.4 รองลงมา ภาชนะ/อุปกรณ์ ไม่สะอาด ร้อยละ 43.9 และไม่ชอบแนวเพลง/ดนตรี ร้อยละ 41.9

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ราคา米高เซอร์แพงเกินไป ร้อยละ 62.5 รองลงมา ราคาอาหารแพงเกินไป ร้อยละ 58.4 และเมนูบอกราคาไม่ชัดเจน ร้อยละ 42.3

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ที่ตั้งของร้านไม่สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 40.7 รองลงมา ที่ตั้งของร้านหายาก ร้อยละ 39.8 และไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 30.3

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ไม่มีโปรแกรมส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ร้อยละ 43.2 รองลงมา ไม่มีการให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 40.6 และไม่มีส่วนลดให้สมาชิก ร้อยละ 36.1

ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ร้อยละ 54.2 รองลงมา พนักงานให้บริการผิดและช้า ร้อยละ 50.2 และพนักงานไม่มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ ร้อยละ 46.8

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ร้อยละ 67.1 รองลงมา ห้องน้ำไม่สะอาด ร้อยละ 63.4 และภายในร้านอึดอัด ร้อยละ 56.4

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ มีความล่าช้าในการให้บริการ ร้อยละ 70.4 รองลงมา การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วนและช้า ร้อยละ 48.8 และคิดเงินช้าและไม่ถูกต้อง ร้อยละ 45.0

ตาราง 69 แสดงปัญหาที่พบมากที่สุดจากการใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ 3 ลำดับแรก

ปัญหา	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
ด้านผลิตภัณฑ์	อาหารไม่อร่อย (ร้อยละ 48.4)	ภาษา/อุปกรณ์ ไม่สะอาด (ร้อยละ 43.9)	ไม่ชอบแนวเพลง/ดนตรี (ร้อยละ 41.9)
ด้านราคา	ราคามิกเซอร์แพงเกินไป (ร้อยละ 62.5)	ราคาอาหารแพงเกินไป (ร้อยละ 58.4)	เมนูบอกราคาไม่ชัดเจน (ร้อยละ 42.3)
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ที่ตั้งของร้านไม่สะดวกต่อ การเดินทาง (ร้อยละ 40.7)	ที่ตั้งของร้านหายาก (ร้อยละ 39.8)	ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก (ร้อยละ 30.3)
ด้านการส่งเสริม ทางการตลาด	ไม่มีโปรแกรมส่งเสริมการ ขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ร้อยละ 43.2)	ไม่มีการให้ส่วนลดพิเศษใน เทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 40.6)	ไม่มีส่วนลดให้สมาชิก (ร้อยละ 36.1)
ด้านบุคคล	พนักงานไม่มีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ (ร้อยละ 54.2)	พนักงานให้บริการผิดและช้า (ร้อยละ 50.2)	พนักงานไม่มีมารยาทและ มนุษยสัมพันธ์ (ร้อยละ 46.8)
ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	ที่จอดรถไม่สะดวกและไม่ เพียงพอ (ร้อยละ 67.1)	ห้องน้ำไม่สะอาด (ร้อยละ 63.4)	ภายในร้านอึดอัด (ร้อยละ 56.4)
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	มีความล่าช้าในการให้ บริการ (ร้อยละ 70.4)	การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม ไม่ถูกต้องครบถ้วนและช้า (ร้อยละ 48.8)	คิดเงินช้าและไม่ถูกต้อง (ร้อยละ 45.0)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบันเทิง
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน

จำแนกตามเพศ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้าน
บุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญต่ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ
ปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็น
ลำดับแรก คือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) ส่วนเพศหญิง ใ้
ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมาก
(ค่าเฉลี่ย 4.36)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก
คือ มีเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ส่วนเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ส่วน
เพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่
ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการมีพนักงานแนะนำอาหาร
และเครื่องดื่ม (PG)อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) เท่ากัน ส่วนเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การลดราคามิกเซอร์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับ
แรก พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้าอยู่ในระดับมาก
(ค่าเฉลี่ย 4.46) ส่วนเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการ
อย่างถูกต้องและรวดเร็วอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายใ้
ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก มีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.48) ส่วน
เพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในร้านอยู่ในระดับมาก
(ค่าเฉลี่ย 4.38)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) ส่วนเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ตาราง 70 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ 4.31 (มาก)	ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ 4.36 (มาก)
ด้านราคา	มีเมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.17 (มาก)	มีเมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.34 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 4.20 (มาก)	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 4.34 (มาก)
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	การลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และ การมีพนักงานแนะนำอาหารและ เครื่องดื่ม (PG) 3.84 (มาก)	การลดราคามิกเซอร์ 4.12 (มาก)
ด้านบุคคล	พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า 4.46 (มาก)	พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและ รวดเร็ว 4.50 (มากที่สุด)
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	มีห้องน้ำสะอาด 4.48 (มาก)	มีห้องน้ำสะอาด 4.38 (มาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง 4.36 (มาก)	อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่าง รวดเร็วและถูกต้อง 4.30 (มาก)

จำแนกตามอายุ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 – 24 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ผู้ที่อายุ 25 – 29 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ผู้ที่อายุ 30 – 34 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.54) และผู้ที่อายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.76)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 – 24 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ แนวเพลง/ดนตรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 29 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 – 34 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ รสชาติของอาหารอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.83)

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 – 24 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ราคา mìk เซอร์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 29 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ เมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 – 34 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ เมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ เมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.69)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 – 24 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 29 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 – 34 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 – 24 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การลดราคามิกเซอร์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 29 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 – 34 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (PG) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 – 24 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพออยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 29 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพออยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 – 34 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 – 24 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 29 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 – 34 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี มีห้องน้ำสะอาดและมีที่จอดรถสะดวกเพียงพออยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.86) เท่ากัน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 – 24 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 29 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 – 34 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.69)

ตาราง 71 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ			
	20-24 ปี	25-29 ปี	30-34 ปี	35 ปีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	แนวเพลง/ดนตรี 4.32 (มาก)	ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ 4.21 (มาก)	ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ 4.56 (มากที่สุด)	รสชาติของอาหาร 4.83 (มากที่สุด)
ด้านราคา	ราคามิกเซอร์ 4.23 (มาก)	เมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.10 (มาก)	เมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.15 (มาก)	มีเมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.69 (มากที่สุด)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 4.25 (มาก)	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 4.09 (มาก)	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 4.36 (มาก)	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 4.36 (มาก)
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	การลดราคามิกเซอร์ 4.14 (มาก)	การลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3.84 (มาก)	การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ 3.95 (มาก)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (PG) 4.24 (มาก)
ด้านบุคคล	มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ 4.31 (มาก)	มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ 4.28 (มาก)	พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น 4.73 (มากที่สุด)	พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า 5.00 (มากที่สุด)

ตาราง 71 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการที่พัก ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัย	อายุ			
	20-24 ปี	25-29 ปี	30-34 ปี	35 ปีขึ้นไป
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มีห้องน้ำสะอาด 4.29 (มาก)	มีห้องน้ำสะอาด 4.28 (มาก)	มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี 4.73 (มากที่สุด)	มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี มีห้องน้ำสะอาดและมีที่จอดรถสะดวกเพียงพอ 4.86 (มากที่สุด)
ด้านกระบวนการให้บริการ	มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง 4.24 (มาก)	อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง 4.16 (มาก)	อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง 4.56 (มากที่สุด)	อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง 4.66 (มากที่สุด)

จำแนกตามการศึกษา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.89) ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่าให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของอาหารและความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของอาหารอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของอาหารและความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43) เท่ากัน

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก เมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ราคาอาหารอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางและที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พักอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ใบปลิว, โปสเตอร์ การโฆษณาผ่านป้ายต่างๆ เช่น คัทเอ้าท์, ป้ายผ้า การโฆษณาทางวิทยุ การลดราคามิกเซอร์ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำและการลดราคาอาหารอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การลดราคามิกเซอร์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (PG) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การลดราคามิกเซอร์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น และพนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็วอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพออยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.63)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความปลอดภัยภายในร้านอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน ภายในร้านกว้างขวาง โถง ไม่อึดอัด และมีที่นั่งเพียงพออยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่คิอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.65)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การพักท่ายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง พนักงานมีการทำงานร่วมกันอย่างมีระบบและมีการคิดเงินที่รวดเร็ว และถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีการให้บริการอย่างเสมอภาคอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมา อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องและพนักงานมีการทำงานร่วมกันอย่างมีระบบอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องและมีการให้บริการอย่างเสมอภาคอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ตาราง 72 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัย	การศึกษา				
	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสะอาดของอาหารและ ความสะอาดของภาชนะ/ อุปกรณ์ 5.00 (มากที่สุด)	ความสะอาดของภาชนะ/ อุปกรณ์ 4.44 (มาก)	ความสะอาดของอาหาร 4.48 (มาก)	ความสะอาดของภาชนะ/ อุปกรณ์ 4.28 (มาก)	ความสะอาดของอาหารและ ความสะอาดของภาชนะ/ อุปกรณ์ 4.43 (มาก)
ด้านราคา	มีเมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.67 (มากที่สุด)	เมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.06 (มาก)	ราคาอาหาร 4.43 (มาก)	มีเมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.21 (มาก)	มีเมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.24 (มาก)
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการ เดินทางและที่ตั้งของร้านอยู่ ใกล้ที่พักร 4.67 (มาก)	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อ การเดินทาง 4.06 (มาก)	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการ เดินทาง 4.02 (มาก)	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการ เดินทาง 4.24 (มาก)	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการ เดินทาง 4.54 (มากที่สุด)

ตาราง 72 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัย	การศึกษา				
	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านการส่งเสริม ทางการตลาด	การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ การโฆษณาผ่านป้ายต่างๆ การโฆษณาทางวิทยุ การลด ราคามิกเซอร์ การทำบัตรลด แจกให้กับลูกค้าประจำและ การลดราคาอาหาร 4.33 (มาก)	การลดราคามิกเซอร์ 4.17 (มาก)	การมีพนักงานแนะนำอาหาร และเครื่องดื่ม (PG) 4.39 (มาก)	การลดราคามิกเซอร์ 4.06 (มาก)	การให้ส่วนลดพิเศษใน เทศกาลต่างๆ 3.74 (มาก)
ด้านบุคคล	พนักงานต้อนรับมีความ สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มี ความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็น อย่างดี มีความกระตือรือร้น และพนักงานให้บริการอย่าง ถูกต้องและรวดเร็ว 5.00 (มากที่สุด)	พนักงานต้อนรับมีความ สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มี ความเป็นกันเองกับลูกค้า 4.22 (มาก)	พนักงานต้อนรับมีความ สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มี ความเป็นกันเองกับลูกค้า 4.59 (มากที่สุด)	พนักงานให้บริการอย่าง ถูกต้องและรวดเร็ว 4.41 (มาก)	มีพนักงานให้บริการอย่าง เพียงพอ 4.63 (มากที่สุด)

ตาราง 72 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัย	การศึกษา				
	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความปลอดภัยภายในร้าน 5.00 (มากที่สุด)	ความสะอาดของร้านภายในร้านกว้างขวาง โล่งไม่อึดอัด และมีที่นั่งเพียงพอ 4.00 (มาก)	มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี 4.66 (มากที่สุด)	มีห้องน้ำสะอาด 4.40 (มาก)	มีห้องน้ำสะอาด 4.65 (มากที่สุด)
ด้านกระบวนการให้บริการ	การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง พนักงานมีการทำงานร่วมกันอย่างมีระบบ และมีบริการเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง 5.00 (มากที่สุด)	มีการให้บริการอย่างเสมอภาค 3.89 (มาก)	อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องและมีการให้บริการอย่างเสมอภาค 4.43 (มาก)	อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง 4.33 (มาก)	อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง 4.46 (มาก)

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001–10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001–15,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.48) ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001–20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59) ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001–25,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.53) และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ แนวเพลง/ดนตรีและความไพเราะของดนตรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของอาหารอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.57)

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (PG) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (PG) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพออยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็วอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็วที่สุดในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.73)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในร้านและมีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.70) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องและมีการให้บริการอย่างเสมอภาคอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.45) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องและมีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ตาราง 73 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัย	รายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,000 – 15,000 บาท	15,000–20,000 บาท	20,000–25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์	แนวเพลง/ดนตรีและความไพเราะของดนตรี 4.25 (มาก)	ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ 4.25 (มาก)	ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ 4.58 (มากที่สุด)	ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ 4.55 (มากที่สุด)	ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ 4.61 (มากที่สุด)	ความสะอาดของอาหาร 4.57 (มากที่สุด)
ด้านราคา	มีเมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.20 (มาก)	มีเมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.18 (มาก)	มีเมนูที่บอกราคาชัดเจนและราคาอาหาร 4.32 (มาก)	มีเมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.52 (มากที่สุด)	มีเมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.13 (มาก)	ราคาอาหาร 4.17 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 4.33 (มาก)	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 4.21 (มาก)	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 4.42 (มาก)	ที่ตั้งของร้านหาง่าย 4.11 (มาก)	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 4.35 (มาก)	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 4.25 (มาก)
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	การลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 4.19 (มาก)	การลดราคามิกเซอร์ 4.06 (มาก)	การลดราคามิกเซอร์ 4.06 (มาก)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (PG) 4.30 (มาก)	การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ 3.83 (มาก)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (PG) 4.10 (มาก)

ตาราง 73 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,000 – 15,000 บาท	15,000–20,000 บาท	20,000–25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ด้านบุคคล	มีพนักงานให้บริการอย่าง เพียงพอ 4.32 (มาก)	พนักงานให้บริการ อย่างถูกต้องและ รวดเร็ว 4.30 (มาก)	พนักงานให้บริการ อย่างถูกต้องและ รวดเร็ว 4.77 (มากที่สุด)	พนักงานต้อนรับมี ความสุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความเป็น กันเองกับลูกค้า 4.64 (มากที่สุด)	พนักงานดูแลเอาใจ ใส่เป็นอย่างดี มีความ กระตือรือร้น 4.70 (มากที่สุด)	พนักงานต้อนรับมี ความสุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความเป็น กันเองกับลูกค้า 4.73 (มากที่สุด)
ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	มีห้องน้ำสะอาด 4.33 (มาก)	มีห้องน้ำสะอาด 4.31 (มาก)	มีระบบถ่ายเทอากาศ ภายในที่ดี 4.68 (มากที่สุด)	ความปลอดภัยใน ร้านและมีห้องน้ำ สะอาด 4.70 (มากที่สุด)	มีห้องน้ำสะอาด 4.61 (มากที่สุด)	มีห้องน้ำสะอาด 4.67 (มากที่สุด)
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	มีการคิดเงินที่รวดเร็วและ ถูกต้อง 4.25 (มาก)	อาหารและเครื่องดื่ม ได้รับอย่างรวดเร็วและ ถูกต้อง 4.25 (มาก)	อาหารและเครื่องดื่ม ได้รับอย่างรวดเร็วและ ถูกต้องและมีการ ให้บริการอย่างเสมอ ภาค 4.45 (มาก)	อาหารและเครื่องดื่ม ได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง 4.64 (มากที่สุด)	อาหารและเครื่องดื่ม ได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้องและมีการ คิดเงินที่รวดเร็วและ ถูกต้อง 4.35 (มาก)	อาหารและเครื่องดื่ม ได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง 4.30 (มาก)

อภิปรายผลการศึกษา

จากแนวคิดการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบันเทิง ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และในรายละเอียดของบัณฑิตแต่ละด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คืออันดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.90) เท่ากัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.65) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) บัณฑิตที่มีความสำคัญระดับมาก เรียงลำดับ ได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความไพเราะของดนตรี (ค่าเฉลี่ย 4.18) แนวเพลง/ดนตรี (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความมีภาพลักษณ์ที่ดีของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.07) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.04) รสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความมีชื่อเสียงของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความหลากหลายของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.71) คนอื่นๆที่มาเที่ยวที่ร้านมีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยูนิคัล ทิศสกุล (2545) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “บัณฑิตส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้ผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย” และการศึกษาของ สุปรียา ควรเดชะคุปต์และคณะ (2528) ที่ศึกษาเรื่อง “คู่มือการพัฒนาการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคาร” ที่พบว่าส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญอันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของอาหารอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.53)

บัณฑิตด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ได้แก่ มีเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) บัณฑิตที่มีความสำคัญระดับมาก เรียงลำดับ ได้แก่ ราคาอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.15) ราคาเบเกอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ราคาค่าบริการพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยูนิคัล ทิศสกุล (2545) ที่พบว่า

ส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีความสำคัญ อันดับแรก ได้แก่ ราคาอาหารอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) ปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก เรียงลำดับได้แก่ ที่ตั้งของร้านหาง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) ระยะเวลาการเปิด-ปิดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.74) ที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยูนิคัย ทิศสกุล (2545) และสุปรียา ควรเดชะคุปต์และคณะ (2528) ที่พบว่าส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ ที่มีความสำคัญ อันดับแรก ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ได้แก่ การลดราคามิกเซอร์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก เรียงลำดับได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.89) การลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) การลดราคาอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.80) Happy Hour เช่น ก่อน3ทุ่มเปิดเหล้า 1 แกม1 (ค่าเฉลี่ย 3.78) การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ การจัดคอนเสิร์ต และการมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (PG) (ค่าเฉลี่ย 3.73) เท่ากัน การแจกของฟรีเมี่ยมหรือของขวัญแก่ลูกค้าในโอกาสพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.70) การมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.52) ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยูนิคัย ทิศสกุล (2545) ที่พบว่าส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญ อันดับแรก ได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม(PG)อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.42) ปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก เรียงลำดับได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.40) พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น และพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.39) เท่ากัน พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) และพนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.16) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยูนิคย์ ทิสสกูล (2545) ที่พบว่าส่วนประสมการตลาดบริการด้านพนักงาน ที่มีความสำคัญ อันดับแรก ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุปรียา ควรเดชะคุปต์ และคณะ (2528) ที่พบว่าด้านการบริการที่ให้ความสำคัญมาก ได้แก่ พนักงานมีมารยาท อ่อนน้อม และสุภาพ การบริการรวดเร็ว พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ได้แก่ มีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44) ปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก เรียงลำดับได้แก่ มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.40) ความปลอดภัยภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความสะอาดของร้านและมีที่นั่งเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.27) เท่ากัน ภายในร้านกว้างขวาง โถง ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.28) บรรยากาศของร้านเป็นกันเองอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.21) การตกแต่งภายในร้านสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.18) การจัดพื้นที่ภายในร้านเป็นส่วนสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 4.13) การตกแต่งภายนอกดูสวยงาม ดูดี (ค่าเฉลี่ย 4.09) ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.73) ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.65) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยูนิคย์ ทิสสกูล (2545) ที่พบว่าส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพที่มีความสำคัญ อันดับแรก ได้แก่ มีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุปรียา ควรเดชะคุปต์และคณะ (2528) ที่พบว่าสิ่งสำคัญของการใช้บริการได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำ ความสะอาดของสถานที่ ความปลอดภัยในสถานที่ และการมีบรรยากาศที่ดี

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) ปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก เรียงลำดับได้แก่ รองลงมา มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีการให้บริการอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานมีการทำงานร่วมกันอย่างมีระบบ (ค่าเฉลี่ย 4.17) การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.06) และสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชวนิตย์ ทิศสกุล (2545) ที่พบว่าส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีความสำคัญ อันดับแรก ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีดังนี้

จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสถานบันเทิง ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุ 20-24 ปี และเป็นกลุ่มนักศึกษาที่ยังเรียนอยู่

จากข้อมูลในส่วนของพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสถานบันเทิงใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

- วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปใช้บริการสถานบันเทิงคือ วันศุกร์และวันเสาร์ เวลาที่เริ่มไปใช้บริการคือ 20.01 น. – 22.00 น. และมีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์

- เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการสถานบันเทิงคือ เพื่อพบปะเพื่อนฝูง ส่วนเหตุผลอื่นๆที่พบได้แก่ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อผ่อนคลายความเครียด

- สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานบันเทิงมากที่สุดคือ เพื่อนแนะนำ โดยมีสื่อด้านหนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ตเป็นลำดับสุดท้าย

- บริเวณที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบไปนั่งมากที่สุดสถานบันเทิงคือ บริเวณที่มีบรรยากาศดี ส่วนบริเวณอื่นๆที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบนั่งคือ บริเวณหน้าเวที และบริเวณที่โล่ง

จากข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการใช้บริการสถานบันเทิงใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

- จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

- ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคมากที่สุด คือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ การมีเมนูพิเศษที่ไม่ค่อยจะมีจำหน่ายในร้านอื่นและการมีเมนูใหม่แนะนำเสนออยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.47) เท่ากัน

- ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบมากที่สุดคือ อาหารไม่อร่อย ร้อยละ 48.4 รองลงมา ภาชนะ/อุปกรณ์ ไม่สะอาด ร้อยละ 43.9 และไม่ชอบแนวเพลง/ดนตรี ร้อยละ 41.9

- เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มที่มีให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ กลุ่มเพศหญิงให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมาก

(ค่าเฉลี่ย 4.36) กลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของรสชาติของอาหารและความสะอาดของอาหารอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.83) กลุ่มการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของความสะอาดของอาหารและความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00) กลุ่มรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.61)

ปัจจัยด้านราคา

- ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคมากที่สุด คือ มีเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) และปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ สามารถชำระได้ด้วยบัตรเครดิตอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.16)

- ปัญหาด้านราคาที่พบมากที่สุดคือ ราคาดิบเซอร์แพงเกินไป ร้อยละ 62.5 รองลงมาราคาอาหารแพงเกินไป ร้อยละ 58.4 และเมนูบอกราคาไม่ชัดเจน ร้อยละ 42.3

- เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มที่มีให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ กลุ่มเพศหญิงให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของ มีเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.34) กลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.69) กลุ่มการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของมีเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) กลุ่มรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของมีเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคมากที่สุดคือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) และปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ อยู่ใกล้แหล่งชุมชนอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.37)

- ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบมากที่สุดคือ ที่ตั้งของร้านไม่สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 40.7 รองลงมา ที่ตั้งของร้านหายาก ร้อยละ 39.8 ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 30.3

- เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มที่มีให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ กลุ่มเพศหญิงให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.34) กลุ่มอายุ 30 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการ

เดินทางอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) กลุ่มการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางและที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พักอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) กลุ่มรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท บาทให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

- ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคมากที่สุด คือ การลดราคามิกเซอร์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) และที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ การโฆษณาทางวิทยุอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.09)

- ปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่พบมากที่สุดคือ ไม่มีโปรแกรมส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ร้อยละ 43.2 รองลงมา ไม่มีการให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 40.6 และไม่มีส่วนลดให้สมาชิก ร้อยละ 36.1

- เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มที่มีให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ กลุ่มเพศหญิงให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของการลดราคามิกเซอร์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) กลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของการมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (PG) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) กลุ่มการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของการมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (PG) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.39) กลุ่มรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของการมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (PG) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ปัจจัยด้านบุคคล

- ปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคมากที่สุด คือ พนักงานต้อนรับมีความสุข ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.42) และปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16)

- ปัญหาด้านบุคคลที่พบมากที่สุดคือ พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ร้อยละ 54.2 รองลงมา พนักงานให้บริการผิดและช้า ร้อยละ 50.2 และพนักงานไม่มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ ร้อยละ 46.8

- เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มที่มีให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ กลุ่มเพศหญิงให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของการพนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็วอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) กลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของการพนักงานต้อนรับมีความสุข ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย

5.00) กลุ่มการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของพนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น และพนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00) กลุ่มรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของมีเมนูที่บอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

- ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคมากที่สุด คือ มีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44) และปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ เปิดบริการมานานแล้วอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.39)

- ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่พบมากที่สุดคือ ที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ร้อยละ 67.1 รองลงมา ห้องน้ำไม่สะอาด ร้อยละ 63.4 และภายในร้านอึดอัด ร้อยละ 56.4

- เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มที่มีให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ กลุ่มเพศชายให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของมีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.48) กลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของมีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี มีห้องน้ำสะอาด และมีที่จอดรถสะดวกเพียงพออยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.86) กลุ่มการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของความปลอดภัยภายในร้านอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00) กลุ่มรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของความปลอดภัยภายในร้านและมีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.70)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

- ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคมากที่สุดคือ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) และปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ สอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91)

- ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่พบมากที่สุดคือ มีความล่าช้าในการให้บริการ ร้อยละ 70.4 รองลงมา การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วนและช้า ร้อยละ 48.8 คิดเงินช้าและไม่ถูกต้อง ร้อยละ 45.0

- เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มที่มีให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ กลุ่มเพศชายให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของอาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่

ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) กลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของอาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.69) กลุ่มการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของพนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น และพนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00) กลุ่มรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของอาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.64)

ตาราง 74 แสดงค่าเฉลี่ยที่มีความสำคัญลำดับแรกและลำดับสุดท้ายต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ	
	ลำดับแรก	ลำดับสุดท้าย
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ 4.26 (มาก)	การมีเมนูใหม่นำเสนอ 3.40 (น้อย)
ด้านราคา	มีเมนูที่บอกราคาชัดเจน 4.16 (มาก)	สามารถชำระได้ด้วยบัตรเครดิต 3.08 (น้อย)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 4.20 (มาก)	มีสิ่งอำนวยความสะดวก 3.40 (น้อย)
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	การลดราคามิกเซอร์ 3.99 (มาก)	การโฆษณาทางวิทยุ 3.10 (น้อย)
ด้านบุคคล	พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า 4.33 (มาก)	พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี 4.03 (น้อย)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มีห้องน้ำสะอาด 4.35 (มาก)	เปิดบริการมานานแล้ว 3.43 (น้อย)
ด้านกระบวนการให้บริการ	อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็วและถูกต้อง 4.22 (มาก)	สอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า 3.85 (มาก)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นประโยชน์ และเสนอแนะแนวทางให้กับผู้ประกอบการสถานบันเทิงในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ดังต่อไปนี้

จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-24 ปี ดังนั้นพิจารณาในการแบ่งส่วนการตลาดบริการของสถานบันเทิง โดยใช้ตัวแปรในการแบ่งส่วนการตลาดที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของผู้บริโภคตามเกณฑ์ทางประชากร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ทั้งนี้จะช่วยให้การวางแผนการตลาดในแต่ละกลุ่มเป็นไปอย่างถูกต้อง

- กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ดังนั้นจึงมีแนวโน้มที่จะมีผู้ที่อายุไม่ถึงเกณฑ์ที่จะสามารถเข้าใช้บริการแอบเข้ามาใช้บริการ จึงควรเข้มงวดในการตรวจสอบอายุของผู้เข้าใช้บริการเพื่อไม่ให้เกิดการกระทำผิดกฎหมายและเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีพนักงานคอยตรวจบัตรประชาชนก่อนเข้าใช้บริการสถานบันเทิง

จากข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการใช้บริการสถานบันเทิงใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์

- ให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ โดยมีการตรวจเช็คความสะอาดก่อนนำมาใช้งานอยู่เสมอ ภาชนะบางชนิดควรมีการห่อหุ้มเพื่อเป็นการรับประกันความสะอาด เช่น หลอดดูด ตะเกียบ ไม้จิ้มฟัน และจัดเตรียมให้มีจำนวนเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

- จ้างวงดนตรีที่เล่นได้อย่างไพเราะ มีแนวเพลงที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากแนวเพลงและความไพเราะของวงดนตรีเป็นปัจจัยสำคัญในการที่ผู้บริโภคจะมาเลือกใช้บริการ

- สำหรับร้านอาหารที่ไม่มีวงดนตรี ควรจะเปิดเพลงที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้อยากมาใช้บริการ

- จัดการเรื่องอาหารให้ได้มาตรฐานทั้งด้านคุณภาพและความสะอาด มีการวางแผนจัดการเกี่ยวกับงานห้องครัว ให้มีสูตรการทำอาหารที่เป็นแบบมาตรฐาน มีการจัดการคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ในการทำอาหาร การเก็บรักษาและการทำความสะอาดวัตถุดิบ เพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานด้าน

รสชาติ ความสะอาดและความสดของอาหารมีแบบสอบถามสำหรับผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อตรวจสอบและประเมินผล อย่างสม่ำเสมอ

ด้านราคา

- มีเมนูที่บอกราคาอาหารและเครื่องดื่มให้ชัดเจน อ่านง่าย เพื่อให้ลูกค้าจะได้เลือกอาหารและเครื่องดื่มได้อย่างเหมาะสม
- มีการตรวจสอบราคาของอาหารและเครื่องดื่มอยู่เสมอ เพื่อที่ไม่ให้ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีราคาที่สูงเกินไป ราคาอาหารและเครื่องดื่มควรเป็นราคาที่สมเหตุสมผล ยุติธรรมสำหรับลูกค้า เหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจ และมีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งอยู่เสมอ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- สำหรับผู้ประกอบการใหม่ที่ต้องการเปิดสถานบันเทิง ควรเลือกทำเลที่ตั้งของร้านที่สะดวกต่อการเดินทาง เช่น อยู่ใกล้แหล่งชุมชน, อยู่ใจกลางเมือง หรืออยู่ในแหล่งของสถานบันเทิงที่มีอยู่แล้ว เพื่อสะดวกต่อการเดินทาง เช่น ย่านถนนนิมมานเหมินท์ ย่านถนนช้างคลาน เป็นต้น
- สำหรับผู้ประกอบการเดิม หากทำเลที่ตั้งไม่ได้อยู่ในแหล่งชุมชน อาจเพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้าโดยการทำแผนที่หรือป้ายบอกทาง เพื่อความสะดวกต่อการเดินทางของลูกค้า

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

- มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อเป็นส่วนลดให้แก่ลูกค้า อีกทั้งยังเป็นการจูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก
- มีการจัดการส่งเสริมการตลาด ในช่วงเวลาก่อน 20.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้มาใช้บริการน้อย เช่น มิกเซอร์ฟรี เมื่อใช้บริการก่อน 20.00 น. เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย
- หาสิ่งแปลกใหม่ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อไม่ให้ลูกค้ารู้สึกเบื่อ เช่น มีการจัดคอนเสิร์ตหรือจัด Event ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจอยากมาใช้บริการ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่ 1 ครั้งต่อสัปดาห์
- มีการจัดการส่งเสริมการตลาดด้านราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ออกโปรโมชันแรงๆ เช่น เปิดเหล้าในราคาพิเศษ 1 แกม 1 แต่ถ้าทานไม่หมดต้องนำเหล้าฝากไว้กับทางร้าน เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของลูกค้า อีกทั้งยังเป็นการทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก
- จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดตามเหตุการณ์ เช่น เทศกาลลอยกระทง มีการจัดเตรียมกระทงให้ลูกค้าที่ร้าน ได้นำกระทงไปลอย เพื่อให้ลูกค้าได้รู้สึกร่วมกับเทศกาล และเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้มาใช้บริการเพิ่มขึ้นตามโอกาสต่างๆ
- ให้ความสำคัญกับโอกาสพิเศษของลูกค้า เช่น วันเกิดลูกค้า จัดเค้กให้เป็นของขวัญ มีการร้องเพลงอวยพรในร้าน ทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นคนพิเศษและรู้สึกประทับใจ

ด้านบุคคล

- มีพนักงานต้อนรับอยู่ประจำร้านคอยให้การต้อนรับตั้งแต่ก้าวแรกที่ลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ที่มีรูปลักษณ์ภายนอกเป็นที่ดึงดูดของลูกค้า มีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า จำชื่อลูกค้าประจำได้ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่นที่ได้มาใช้บริการ และเป็นการสร้างความประทับใจในการมาใช้บริการครั้งแรกสำหรับลูกค้าใหม่ (First Impression)

- การแต่งกายของพนักงานควรแต่งกายให้มีเอกลักษณ์ มีชุดฟอร์มของร้าน หรือแต่งกายให้เข้ากับเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ ใส่ชุดที่มีลายดอกสีสันสดใส เพื่อสร้างบรรยากาศเข้ากับเทศกาล

- จัดอบรมพนักงานเป็นประจำ เพื่อเพิ่มทักษะและสร้างทัศนคติที่ดีของการให้บริการ ให้พนักงานมีใจรักในการให้บริการ มีความกระตือรือร้นในการทำงาน เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

- ส่วนใหญ่ลูกค้าจะใช้บริการในวันศุกร์ และวันเสาร์มากกว่าวันอื่นๆ ดังนั้นปรับความสมดุลระหว่างความต้องการของลูกค้าและการบริการ โดยช่วงที่ลูกค้าใช้บริการมากควรมีพนักงานชั่วคราว (Part-time) มาเสริมการให้บริการ

- เตรียมพร้อมในทุกๆด้านให้ที่จะให้บริการลูกค้า เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้าอีกทั้งยังเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอีกด้วย

- มีการประชุมพนักงานเป็นประจำ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้พนักงาน มีการซักถามปัญหาที่พบ ข้อเสนอแนะ เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น ช่วยกันปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มยอดขาย เพราะพนักงานเป็นผู้ที่สัมผัสกับลูกค้าโดยตรง และรู้ความต้องการของลูกค้า และทำให้พนักงานรู้สึกร่วมในการบริหารร้าน

- มีการประเมินผลการทำงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ กำหนดมาตรฐานหรือระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มพูนคุณภาพของงานบริการ มีกฎ ระเบียบในการทำงาน มีบทลงโทษที่ชัดเจน เช่น ขั้นที่ 1 ตักเตือนด้วยวาจา ขั้นที่ 2 ทำทัณฑ์บน ขั้นที่ 3 หักเงินเดือน ขั้นที่ 4 ไล่ออก

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

- จัดให้มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอกับจำนวนของลูกค้าที่มาใช้บริการ และมีพนักงานคอยอำนวยความสะดวกในการรับรถดูแลรถให้ลูกค้าเป็นอย่างดี

- พัฒนาปรับปรุงสถานที่ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เช่น ลูกค้าชอบที่จะนั่งบริเวณริมแม่น้ำ ทางผู้ประกอบการก็อาจเพิ่มโต๊ะบริเวณริมแม่น้ำให้มากขึ้น

- จัดให้มีห้องน้ำที่สะอาดและพอเพียง นอกจากนั้น มีพนักงานดูแลความสะอาดห้องน้ำอยู่เสมอ

- ควรมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอยู่ประจำร้าน ก่อนเข้าร้านมีการตรวจบัตรประชาชน และตรวจค้นอาวุธ เพื่อความปลอดภัยต่อผู้มาใช้บริการ

- ภายในร้านมีการถ่ายเทของอากาศที่ดี มีการแบ่งพื้นที่สูบบุหรี่ออกจากพื้นที่ไม่สูบบุหรี่อย่างชัดเจน

ด้านกระบวนการให้บริการ

- มีการพัฒนาความรู้ความสามารถในทักษะการทำงานของพนักงาน สร้างทัศนคติที่ดีให้พนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของงานบริการ มีการกำหนดมาตรฐานหรือระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มพูนคุณภาพของงานบริการ

- มีพนักงานตรวจเช็คอาหารและเครื่องดื่ม ทำหน้าที่คอยจัดอาหารและเครื่องดื่มให้ออกตามออเดอร์ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว จัดให้มีพนักงานในห้องครัว พนักงานจัดเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์และมิกเซอร์ให้มีจำนวนเพียงพอกับช่วงเวลาที่มียูกค้ามาใช้บริการมาก

- มีระบบการคิดเงินอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ใช้คอมพิวเตอร์มาช่วยในการทำงาน มีโปรแกรมการจัดการแบบบูรณาการ สามารถตรวจสอบข้อมูลได้ มีการประมวลผล สรุปยอดขาย เพื่อนำผลที่ได้ ไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

- มีระบบการสั่งออเดอร์ที่ทันสมัย ถูกต้องและรวดเร็ว เช่น ใช้ระบบ Wireless Network สั่งอาหารได้จากที่โต๊ะของลูกค้าไปโชว์ข้อมูลออเดอร์ที่ห้องครัวหรือจุดเตรียมเครื่องดื่มได้ทันที