

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อบัณฑิตส่วนประสม การตลาดบริการของร้านอาหารเสตต์เบรกฟาส มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อ ร้านอาหารเสตต์เบรกฟาสในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าทั่วไปและ ที่เป็นสมาชิกของร้านอาหารเสตต์เบรกฟาสในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ได้แก่สาขาแรกอยู่ใน โครงการเพอร์ เฟ็คเฮาส์ นิมนานเหมินทร์ซอย 15 และสาขาที่สองสาขาสูริวงค์บุ๊คเซ็นเตอร์ ถนนศรีดอนไชย จำนวน 120 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.8 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 28.3 น้ำหนัก 51-60 กิโลกรัม ร้อยละ 32.5 ส่วนสูง 160-171 เซนติเมตร ร้อยละ 36.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 25.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 51.7 อาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ ร้อยละ 32.5 รู้จักร้านอาหารเสตต์เบรกฟาสมากที่สุดคือเพื่อน/คนรู้จัก แนะนำ ร้อยละ 31.7 สาเหตุที่เลือกใช้บริการร้านอาหารเสตต์เบรกฟาส เพื่อสุขภาพที่ดี ร้อยละ 74.2 ระยะเวลาของการใช้บริการร้านอาหารเสตต์เบรกฟาส ต่ำกว่า 3 เดือน และ 3-6 เดือน เท่ากัน ร้อยละ 31.7

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอาหารเสตต์เบรกฟาส

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาบัณฑิตด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.54) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ บัณฑิตด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.45) บัณฑิตด้านกระบวนการ และบัณฑิตด้านลักษณะทางกายภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.39) บัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.29) และบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) บัณฑิตย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่ม 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา คุณประโยชน์ของ

วัตถุดิบอาหาร เช่น สารอาหารที่สำคัญต่างๆ ของเครื่องดื่ม และความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.78) และรสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.60) รองลงมาราคาสมเหตุสมผล เหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.53) และราคาของเครื่องดื่มหนึ่งแก้วเหมาะสมกับสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาทำเลสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) และเวลาเปิด-ปิดของร้าน ในการให้บริการ และเว็บไซต์ของร้านเสิร์ฟเบรกฟาส (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.27) รองลงมาบัตรสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆ ทั่วประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 3.12) และระบบที่มีการให้ส่วนลดเมื่อเป็นสมาชิกตามระยะเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) รองลงมาการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าตลอดเวลา และความคล่องแคล่ว และรวดเร็วของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.50) และพนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมา การต้อนรับลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.42) และกระบวนการสั่งซื้อเครื่องดื่ม การรับคำสั่ง และการจัดทำเครื่องดื่มตามที่ตั้ง และความเร็วในการบริการตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน และบรรยากาศในร้าน หรือการใช้โทนสีของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.53) รองลงมา ป้ายร้านที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.39) และการตกแต่งสถานที่ภายในร้านที่มีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าของสารอาหารชนิดต่างๆที่เป็นส่วนประกอบของเครื่องดื่ม และสถานที่นั่งพักและนั่งรออย่างกว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบของร้านเฮลตี้เบรกฟาส

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ กลิ่นของเครื่องดื่ม มีให้เล็กน้อย ร้อยละ 65.8 รองลงมา รสชาติของเครื่องดื่ม ไม่อร่อย ร้อยละ 9.2 และส่วนประกอบของเครื่องดื่มไม่มีคุณภาพ ร้อยละ 1.7

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหามากที่สุดคือ ราคาเครื่องดื่ม ไม่มีให้เลือกหลายระดับ/ขนาด ร้อยละ 40.0 รองลงมา ไม่มีส่วนลดสำหรับบุคคลทั่วไป ร้อยละ 18.3 และราคาแพงไม่เหมาะสม ร้อยละ 7.5

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ สำหรับสมาชิกควรจะมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทาง และไม่คิดค่าบริการเพิ่ม ร้อยละ 35.0 รองลงมา บัตรสมาชิกควรจะสามารถใช้ได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ร้อยละ 25.8 และ เว็บไซต์ของร้านเฮลตี้เบรกฟาส ร้อยละ 21.7

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ควรจะมีเว็บไซต์ หรือช่องทางการสื่อสารระหว่างลูกค้าที่ใช้บริการเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้หรือความคิดเห็นต่างๆ ด้วยกัน ร้อยละ 30.8 รองลงมา การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ น้อยเกินไป ร้อยละ 27.5 และควรจะมีการเก็บข้อมูลของลูกค้า และมีการสื่อสารกับลูกค้าเกี่ยวกับข้อมูลดังกล่าวเพื่อให้ลูกค้าทราบถึงการเปลี่ยนแปลงด้านสุขภาพก่อนและหลังจากใช้บริการ ร้อยละ 25.8

ปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ พนักงานหรือผู้เชี่ยวชาญให้เวลาไม่มากพอกับความต้องการของท่านในการอธิบายข้อสงสัยต่างๆ ร้อยละ 38.3 รองลงมา พนักงานอธิบายข้อมูลด้านสินค้าไม่ชัดเจน ร้อยละ 35.0 และพนักงานพูดจาไม่อ่อนน้อม/สุภาพ ร้อยละ 19.2

ปัญหาด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ พนักงานไม่แนะนำผลิตภัณฑ์ภายในร้าน ร้อยละ 38.3 รองลงมา พนักงานบริการช้า ไม่กระตือรือร้นที่จะให้บริการและไม่สนใจลูกค้า ร้อยละ 35.0 และกระบวนการสมัครสมาชิกยุ่งยาก ร้อยละ 25.8

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือสถานที่จอดรถอยู่ไกล ไม่เพียงพอและไม่สะดวก ร้อยละ 29.2 รองลงมาสถานที่นั่งพักและนั่งรอมีไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า ร้อยละ 26.7 และไม่มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหารหรือพยายามประจำอยู่ภายในร้าน ร้อยละ 25.0

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านเฮลตี้เบรกฟาส จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านเฮลตี้เบรกฟาส
จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.58) และปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.53) และปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่ม 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมา คุณประโยชน์ของวัตถุดิบอาหาร เช่น สารอาหารที่สำคัญต่างๆ ของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.83) และรสชาติของเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะดวกของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา รสชาติของเครื่องดื่ม ปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่ม 1 ครั้ง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.78) และคุณประโยชน์ของวัตถุดิบอาหาร เช่น สารอาหารที่สำคัญต่างๆ ของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.60) รองลงมา ราคาสมเหตุสมผล

เหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่ม ราคาของเครื่องดื่มหนึ่งแก้วเหมาะสมกับสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.60) รองลงมา ราคาสมเหตุสมผล เหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.51) และราคาของเครื่องดื่มหนึ่งแก้วเหมาะสมกับสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ความพึงพอใจต่อบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมา ทำเลสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) และเวลาเปิด-ปิดของร้าน ในการให้บริการเว็บไซต์ของร้านเฮลตี้เบรกฟาส เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.56) รองลงมา ทำเลสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) และเวลาเปิด-ปิดของร้าน ในการให้บริการ เว็บไซต์ของร้านเฮลตี้เบรกฟาส เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.291)

ความพึงพอใจต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.06) รองลงมา บัตรสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆ ทั่วประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 2.94) และระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด การรับสื่อต่างๆ เช่น การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิว ระบบที่มีการให้ส่วนลดเมื่อเป็นสมาชิกตามระยะเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมา บัตรสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆ ทั่วประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 3.19) และระบบที่มีการให้ส่วนลดเมื่อเป็นสมาชิกตามระยะเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ความพึงพอใจต่อบริการด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจุบันย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมา การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าตลอดเวลา ความคล่องแคล่วและรวดเร็วของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.40) และพนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมา การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าตลอดเวลา ความคล่องแคล่วและรวดเร็วของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.54) และพนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจุบันย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมา การต้อนรับลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.34) และกระบวนการการสมัครสมาชิกที่ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมา การต้อนรับลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.45) และความเร็วในการบริการตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น กระบวนการตั้งเครื่องดื่ม การรับคำสั่ง และการจัดทำเครื่องดื่มตามที่สั่ง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจุบันย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน บรรยากาศในร้าน หรือการใช้โทนสีของร้าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.49) รองลงมา ป้ายร้านที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.37) และการตกแต่งสถานที่ภายในร้านที่มีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าของสารอาหารชนิดต่างๆที่เป็นส่วนประกอบของเครื่องดื่ม สถานที่นั่งพักและนั่งรออย่างกว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน บรรยากาศในร้าน หรือการใช้โทนสีของร้าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมา สถานที่จอดรถที่มีอย่างเพียงพอ ไม่ไกลจากร้าน ที่สามารถเดินได้อย่างสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.41) และป้ายร้านที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.40)

4.2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านเฮลตี้เบรกฟาส

จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.49) และปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.68) และปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมาปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมา ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.55) และปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือรสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมาคุณประโยชน์ของวัตถุดิบอาหาร เช่น สารอาหารที่สำคัญต่างๆ ของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.69) และความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่ม 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.96) และรสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่ม 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.76) รองลงมาคุณประโยชน์ของวัตถุดิบอาหาร เช่น สารอาหารที่สำคัญต่างๆ ของเครื่องดื่ม และความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.71) และคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในส่วนประกอบของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คุณประโยชน์ของวัตถุดิบอาหาร เช่น สารอาหารที่สำคัญต่างๆ ของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่ม 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.86) และรสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ อายุ 31-40 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.55) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ อายุ ต่ำกว่า 30 ปี และ อายุ 41-50 ปี

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมา ราคาของเครื่องดื่มหนึ่งแก้วเหมาะสมกับสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.48) และราคาสมเหตุสมผล เหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาสมเหตุสมผล เหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา ราคาของเครื่องดื่มหนึ่งแก้วเหมาะสมกับสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.56) รองลงมา ราคาสมเหตุสมผล เหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.45) และราคาของเครื่องดื่มหนึ่งแก้วเหมาะสมกับสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมา ราคาสมเหตุสมผล เหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.51) และราคาของเครื่องดื่มหนึ่งแก้วเหมาะสมกับสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือบริการให้การให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมา เวลาเปิด-ปิดของร้าน ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.49) และ เว็บไซต์ของร้านเสิร์ฟเบรกฟาส (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.54) รองลงมาทำเลสถานที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) และจำนวนสาขาในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.53) รองลงมาทำเลสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) และเวลาเปิด-ปิดของร้าน ในการให้บริการและเว็บไซต์ของร้าน เฮลตี้เบรกฟาส เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.31) รองลงมาทำเลสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) และเวลาเปิด-ปิดของร้าน ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.22) รองลงมาบัตรสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆทั่วประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 3.19) และการรับสื่อต่างๆ เช่น การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.33) รองลงมาบัตรสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆทั่วประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 3.09) และระบบที่มีการให้ส่วนลดเมื่อเป็นสมาชิกตามระยะเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.26) รองลงมา บัตรสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆทั่วประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และระบบที่มีการให้ส่วนลดเมื่อเป็นสมาชิกตามระยะเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.26) รองลงมา ระบบที่มีการให้ส่วนลดเมื่อเป็นสมาชิกตามระยะเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.03) และบัตรสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆทั่วประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่อายุต่ำกว่า 30 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.41) รองลงมา การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าตลอดเวลา และความคล่องแคล่วและรวดเร็วของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.30) และพนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าตลอดเวลา และความคล่องแคล่วและรวดเร็วของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา ความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และพนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมา การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าตลอดเวลา และความคล่องแคล่วและรวดเร็วของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.50) และพนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมาการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.56) และความคล่องแคล่วและรวดเร็วของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่อายุต่ำกว่า 30 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ อายุ 31-40 ปี

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาความรวดเร็วในการบริการตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.32) และกระบวนการตั้งเครื่องดื่ม การรับคำสั่ง และการจัดทำเครื่องดื่มตามที่สั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาการต้อนรับลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.54) และกระบวนการการสมัครสมาชิกที่ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.44) รองลงมา การต้อนรับลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.38) และความรวดเร็วในการบริการตรวจสอบภาพเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการต้อนรับลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.49) รองลงมาการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) และกระบวนการการสมัครสมาชิกที่ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ความพึงพอใจต่อบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศในร้าน หรือการใช้โทนสีของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.39) รองลงมา ความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.38) และป้ายร้านที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศในร้าน หรือการใช้โทนสีของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.59) รองลงมาความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.58) และการตกแต่งสถานที่ภายในร้านที่มีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าของสารอาหารชนิดต่างๆที่เป็นส่วนประกอบของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาบรรยากาศในร้าน หรือการใช้โทนสีของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.65) และสถานที่จอดรถที่มีอย่างเพียงพอ ไม่ไกลจากร้าน ที่สามารถเดินได้อย่างสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมาบรรยากาศในร้าน หรือการใช้โทนสีของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.50) และการตกแต่งสถานที่ภายในร้านที่มีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าของสารอาหารชนิดต่างๆที่เป็นส่วนประกอบของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.41)

4.3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านเฮลตี้เบรกฟาสต์
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

(ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านบุคลากร เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.55) และปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.66) และปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมาปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านบุคลากร เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.44) และปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.55) และปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.49) และปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่ม 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมา คุณประโยชน์ของวัตถุดิบอาหาร เช่น สารอาหารที่สำคัญต่างๆ ของเครื่องดื่ม และความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.74) และความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่ม 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมา คุณประโยชน์ของวัตถุดิบอาหาร เช่น สารอาหารที่สำคัญต่างๆ ของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.89) และความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน และความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมา รสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.71) และคุณประโยชน์ของวัตถุดิบอาหาร เช่น

สารอาหารที่สำคัญต่างๆ ของเครื่องดื่มน้ำ และปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่มน้ำ 1 ครั้ง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่มน้ำ 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมา รสชาติของเครื่องดื่มน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.83) และคุณสมบัติของวัตถุดิบอาหาร เช่น สารอาหารที่สำคัญต่างๆ ของเครื่องดื่มน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในส่วนประกอบของเครื่องดื่มน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมา คุณสมบัติของวัตถุดิบอาหาร เช่น สารอาหารที่สำคัญต่างๆ ของเครื่องดื่มน้ำ และปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่มน้ำ 1 ครั้ง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.76) และรสชาติของเครื่องดื่มน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ความพึงพอใจต่อบริการด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ 20,001-30,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมา รสชาติรสสัมผัส เหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่มน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.47) และราคาของเครื่องดื่มน้ำหนึ่งแก้วเหมาะสมกับสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ รสชาติรสสัมผัส เหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่มน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา ระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.65) และราคาของเครื่องดื่มน้ำหนึ่งแก้วเหมาะสมกับสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.54) รองลงมา รสชาติรสสัมผัส เหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่มน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.42) และราคาของเครื่องดื่มน้ำหนึ่งแก้วเหมาะสมกับสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมา รสชาติ

สมเหตุสมผล เหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.54) และราคาของเครื่องดื่มหนึ่งแก้ว เหมาะสมกับสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.53) รองลงมา ราคาสมเหตุสมผล เหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.47) และราคาของเครื่องดื่มหนึ่งแก้ว เหมาะสมกับสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ความพึงพอใจต่อบริษัทด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาเวลาเปิด-ปิดของร้าน ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และเว็บไซต์ของร้านเสิร์ฟเบรคฟาส (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาทำเลสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) และเวลาเปิด-ปิดของร้าน ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.46) รองลงมาทำเลสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) และเวลาเปิด-ปิดของร้าน ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.34) รองลงมาทำเลสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) และเวลาเปิด-ปิดของร้าน ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา เวลาเปิด-ปิดของร้าน ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.41) และทำเลสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับ รายได้มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บัตรสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆทั่วประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 3.22) รองลงมา การออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และการรับสื่อต่างๆ เช่น การโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โบปลิว และระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.39) รองลงมา บัตรสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆทั่วประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 3.16) และระบบที่มีการให้ส่วนลดเมื่อเป็นสมาชิกตามระยะเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ(ค่าเฉลี่ย 3.29) รองลงมา ระบบที่มีการให้ส่วนลดเมื่อเป็นสมาชิกตามระยะเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.21) และบัตรสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆทั่วประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.14) รองลงมา บัตรสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆทั่วประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 2.97) และระบบที่มีการให้ส่วนลดเมื่อเป็นสมาชิกตามระยะเวลา (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.29) รองลงมา บัตรสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆทั่วประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 3.24) และการรับสื่อต่างๆ เช่น การโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่

มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป

ในปัจจุบันย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมา การสื่อสารที่ชัดเจน อธิบายได้อย่างถูกต้องน่าเชื่อถือของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมา การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.56) และความคล่องแคล่วและรวดเร็วของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมา การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าตลอดเวลา และความคล่องแคล่วและรวดเร็วของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.50) และพนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้าน โภชนาการอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมา การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าตลอดเวลา และความคล่องแคล่วและรวดเร็วของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.45) และพนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้าน โภชนาการอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.59) รองลงมา การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.49) และความคล่องแคล่วและรวดเร็วของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ความพึงพอใจต่อยุทธศาสตร์ด้านการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.53) รองลงมา การต้อนรับลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.44) และกระบวนการส่งเครื่องคั้ม การรับคำสั่ง และการจัดทำเครื่องคั้มตามที่สั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมา การต้อนรับลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.45) และความรวดเร็วในการบริการตรวจสอบภาพเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.46) รองลงมา การต้อนรับลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.45) และความรวดเร็วในการบริการตรวจสอบภาพเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมา การต้อนรับลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.34) และกระบวนการการสมัครสมาชิกที่ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมา ความรวดเร็วในการบริการตรวจสอบภาพเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.47) และกระบวนการส่งเครื่องคั้ม การรับคำสั่ง และการจัดทำเครื่องคั้มตามที่สั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ความพึงพอใจต่อบัญชีด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,000 บาทขึ้นไป

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมา บรรยากาศในร้าน หรือการใช้โทนสีของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.63) และสถานที่จอดรถที่มีอย่างเพียงพอ ไม่ไกลจากร้าน ที่สามารถเดินได้อย่างสะดวก และป้ายร้านที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.59) รองลงมาบรรยากาศในร้าน หรือการใช้โถงลิ้นของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.58) และป้ายร้านที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน และบรรยากาศในร้าน หรือการใช้โถงลิ้นของร้าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.46) รองลงมาสถานที่จอดรถที่มีอย่างเพียงพอ ไม่ไกลจากร้าน ที่สามารถเดินได้อย่างสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.38) และการตกแต่งสถานที่ภายในร้านที่มีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าของสารอาหารชนิดต่างๆที่เป็นส่วนประกอบของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน(ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมา บรรยากาศในร้าน หรือการใช้โถงลิ้นของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.45) และการตกแต่งสถานที่ภายในร้านที่มีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าของสารอาหารชนิดต่างๆที่เป็นส่วนประกอบของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.60) รองลงมาบรรยากาศในร้าน หรือการใช้โถงลิ้นของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.58) และป้ายร้านที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.53)

อภิปรายผล

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหารเสลดดีเบรกฟาส อภิปรายผลตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟลาวี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟลาวี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ บัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่ม 1 ครั้ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เบ็ญโต (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ รสชาติกาแฟ และความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรวรรณ ยูพลธนากร (2554) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ความสด และความสะอาด

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เบ็ญโต (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรวรรณ ยูพลธนากร (2554) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การกำหนดราคาจากต้นทุนสินค้า และการกำหนดราคาจากคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ การมีการให้บริการส่งถึงที่ตามระยะทางที่กำหนดไว้ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เบ็ญโต (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือที่ตั้งร้านหาง่าย ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวรวรรณ ยูพลธนากร (2554) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการตลาดร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือความสะอาดของสถานที่ตั้ง และความสะอาดของวันและเวลาที่ให้บริการ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ การออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่นักคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เบ็ญโต (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการของพนักงานขายโดยรวม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวรวรรณ ยูพลธนากร (2554) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการจัดแสดงสินค้า

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกลำดับแรกคือ ลำดับแรกคือ ความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เบ็ญโต (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวรวรรณ ชูพลธนากร (2554) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือพนักงานให้บริการ มีความกระตือรือร้นในการทำงาน

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เบ็ญโต (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่น ๆ) ถูกต้องครบถ้วน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรวรรณ ชูพลธนากร (2554) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือความรวดเร็วในการให้บริการ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน และบรรยากาศในร้าน หรือการใช้โทนสีของร้าน สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เบ็ญโต (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ความสะอาดของสถานประกอบการ การตกแต่งร้านและบรรยากาศของร้านเป็นกันเอง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรวรรณ ชูพลธนากร (2554) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการตลาดร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือความสวยงามของสถานที่ และความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ

ข้อค้นพบ

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหารเฮลตี้เบรกฟาส มีข้อค้นพบดังนี้

1. สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการร้านเฮลตี้เบรกฟาส คือ เพื่อสุขภาพที่ดี รองลงมาคือ เพื่อควบคุมน้ำหนัก

2. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจลำดับสุดท้ายคือ คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในส่วนประกอบของเครื่องดื่มเมื่อจำแนกตามอายุพบว่า อายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในระดับปาน

กลางในเรื่อง ความหลากหลายของกลิ่นของเครื่องดื่มที่มีให้เลือก (กลิ่นวนิลา, สตอเบอร์รี่, ช็อคโกแลต) ส่วนกลุ่มอายุอื่นมีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัยย่อย

3. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจลำดับสุดท้ายคือ ราคาของเครื่องดื่มหนึ่งแก้วเหมาะสมกับอาหารที่เป็นส่วนประกอบ เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ขณะที่เพศชายมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ส่วนอายุ 31-40 ปี และ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง

4. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง การมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ ที่มีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าเพศชายมีความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มอายุ ต่ำกว่า 30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่อง การมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทางที่กำหนดไว้ เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า กลุ่มรายได้ได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มรายได้ 10,000-20,000 บาท 30,001-40,000 บาท 20,001-30,000 บาท 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

5. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกตามอายุพบว่าทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลางเหมือนกัน

6. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ในเรื่อง การสื่อสารที่ชัดเจน อธิบายได้อย่างถูกต้องน่าเชื่อถือของพนักงานที่ให้บริการ การให้บริการลูกค้า มีความตื่นตัวและความเอาใจใส่ของพนักงาน และพนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหาร เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าเพศชายมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่อง การสื่อสารที่ชัดเจน อธิบายได้อย่างถูกต้องน่าเชื่อถือของพนักงานที่ให้บริการ การให้บริการลูกค้า มี

ความตื่นตัวและความเอาใจใส่ของพนักงาน และพนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหารเมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ส่วนอายุ 31-40 ปี และ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่ากลุ่มรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มรายได้ 10,000-20,000 บาท 30,001-40,000 บาท 20,001-30,000 บาท 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

7. ความพึงพอใจต่อบริการด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าเพศชายมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี 41-50 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

8. ความพึงพอใจต่อบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่องความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน และบรรยากาศในร้าน หรือการใช้โทนสีของร้าน ที่มีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าเพศชายมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน และบรรยากาศในร้าน หรือการใช้โทนสีของร้าน และเมื่อจำแนกตามอายุพบว่าอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่ากลุ่มรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มรายได้ 10,000-20,000 บาท 30,001-40,000 บาท 20,001-30,000 บาท 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

9. ปัญหาที่พบมากที่สุดในการให้บริการของร้านเฮลตี้เบรกฟาส ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กลิ่นของเครื่องดื่มมีให้เล็กน้อย ด้านราคา ได้แก่ ราคาเครื่องดื่มไม่มีให้เลือกหลายระดับ/ขนาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สำหรับสมาชิกควรจะมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทาง และไม่คิดค่าบริการเพิ่ม ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ควรจะมีเว็บไซต์ หรือช่องทางการสื่อสารระหว่างลูกค้าที่ใช้บริการเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้หรือความคิดเห็นต่างๆ ด้วยกัน ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานหรือผู้เชี่ยวชาญให้เวลาไม่มากพอกับความต้องการของท่านในการอธิบายข้อสงสัยต่างๆ ด้านกระบวนการ ได้แก่ พนักงานไม่แนะนำผลิตภัณฑ์ภายในร้าน ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ สถานที่จอดรถอยู่ไกล ไม่เพียงพอ และไม่สะดวก

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ 20 ลำดับสุดท้าย

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยหลัก	ลำดับที่
ระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	3.03	การส่งเสริมการตลาด	1
การรับสื่อต่างๆ เช่น การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ไปปลิว	3.03	การส่งเสริมการตลาด	2
ระบบที่มีการให้ส่วนลดเมื่อเป็นสมาชิกตามระยะเวลา	3.09	การส่งเสริมการตลาด	3
ถ้าบัตรสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆ ทั่วประเทศได้	3.12	การส่งเสริมการตลาด	4
จำนวนสาขาในจังหวัดเชียงใหม่	3.14	สถานที่	5
การที่มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหารหรือพยาบาลประจำอยู่ภายในร้านตลอดเวลา	3.18	ลักษณะทางกายภาพ	6
เวลาเปิด-ปิดของร้าน ในการให้บริการ	3.24	สถานที่	7
เว็บไซต์ของร้านเสดดีเบรกฟาส	3.24	สถานที่	7
การออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ	3.27	การส่งเสริมการตลาด	8
การให้บริการลูกค้ามีความตื่นตัวและความเอาใจใส่ของพนักงาน	3.32	บุคลากร	9
ทำเลสภาพที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.33	สถานที่	10
กระบวนการสมัครสมาชิกที่ไม่ยุ่งยาก	3.33	กระบวนการ	11
การสื่อสารที่ชัดเจน อธิบายได้อย่างถูกต้อง นำเชื่อถือของพนักงานที่ให้บริการ	3.35	บุคลากร	12
สถานที่จอดรถที่มีอย่างเพียงพอไม่ไกลจากร้านที่สามารถเดินได้อย่างสะดวก	3.35	ลักษณะทางกายภาพ	13
ความรวดเร็วในการบริการตรวจสอบสุขภาพเบื้องต้น	3.36	กระบวนการ	14
กระบวนการตั้งเครื่องดื่ม การรับคำสั่ง และการจัดทำเครื่องดื่มตามที่สั่ง	3.36	กระบวนการ	14
การตกแต่งสถานที่ภายในร้านที่มีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าของสารอาหารชนิดต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบของเครื่องดื่ม	3.36	ลักษณะทางกายภาพ	14

ตารางที่ 50 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ 20 ลำดับสุดท้าย

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยหลัก	ลำดับที่
สถานที่นั่งพักและนั่งรออย่างกว้างขวาง	3.36	ลักษณะทางกายภาพ	14
ป้ายร้านที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน	3.39	ลักษณะทางกายภาพ	15
พนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้าน โภชนาการอาหาร	3.41	บุคลากร	16
การต้องรับลูกค้าของพนักงาน	3.42	กระบวนการ	17
การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.48	กระบวนการ	18
การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าและมีความ สม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้า ตลอดเวลา	3.50	บุคลากร	19
ความคล่องแคล่วและรวดเร็วของพนักงานใน การให้บริการแก่ลูกค้า	3.50	บุคลากร	19
ราคาของเครื่องดื่มหนึ่งแก้วเหมาะสมกับ สารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ	3.51	ราคา	20

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อย 20 ลำดับสุดท้าย ได้แก่ ระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด และการรับสื่อต่างๆ เช่น การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ ใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.03) ระบบที่มีการให้ส่วนลดเมื่อเป็นสมาชิกตามระยะเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.09) ถ้ายัตริสมาชิกของท่านสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆ ทั่วประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 3.12) จำนวนสาขาในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.14) การที่มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหารหรือพยาบาลประจำอยู่ภายในร้านตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.18) เวลาเปิด-ปิดของร้านในการให้บริการ และเว็บไซต์ของร้านเฮลตี้เบรกฟาส (ค่าเฉลี่ย 3.24) การออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่บุคคลทั่วไป พร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.27) การให้บริการลูกค้ามีความตื่นตัวและความเอาใจใส่ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.32) ทำเลสภาพที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางกระบวนการสมัครสมาชิกที่ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.33) การสื่อสารที่ชัดเจนอธิบายได้อย่างถูกต้องน่าเชื่อถือของพนักงานที่ให้บริการ และสถานที่จอดรถที่มีอย่างเพียงพอไม่ไกลจากร้าน ที่สามารถเดินได้อย่างสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.35) ความรวดเร็วในการบริการตรวจสอบสุขภาพเบื้องต้น กระบวนการส่งเครื่องดื่ม การรับคำสั่ง และการจัดทำเครื่องดื่มตามที่สั่ง และการตกแต่งสถานที่ภายในร้านที่มีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าของสารอาหารชนิดต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบของเครื่องดื่ม สถานที่นั่งพักและนั่งรออย่างกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ป้ายร้านที่มองเห็นได้อย่าง

ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.39) พนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.41) การต้องรับลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.42) การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าและมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าตลอดเวลา ความคล่องแคล่วและรวดเร็วของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) ราคาของเครื่องดื่มหนึ่งแก้วเหมาะสมกับสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับที่
ปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่ม 1 ครั้ง	3.81	ผลิตภัณฑ์	1
คุณประโยชน์ของวัตถุดิบอาหาร เช่น สารอาหารที่สำคัญต่างๆ ของเครื่องดื่ม	3.78	ผลิตภัณฑ์	2
ความสะดวกของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน	3.78	ผลิตภัณฑ์	2
รสชาติของเครื่องดื่ม	3.76	ผลิตภัณฑ์	3
ความสะดวกของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน	3.73	ผลิตภัณฑ์	4
ผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายของภัตตาคารและเขาแสดงบนหีบห่อ	3.69	ผลิตภัณฑ์	5
คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในส่วนประกอบของเครื่องดื่ม	3.67	ผลิตภัณฑ์	6
ความหลากหลายของกลิ่นของเครื่องดื่ม ที่มีให้เลือก (กลิ่นวนิลา, สตอเบอร์รี่, ช็อคโกแลต)	3.63	ผลิตภัณฑ์	7
ความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ	3.61	บุคลากร	8
ระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.60	ราคา	9
ความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน	3.53	ลักษณะทางกายภาพ	10
บรรยากาศในร้าน หรือการใช้โทนสีของร้าน	3.53	ลักษณะทางกายภาพ	10
ราคาสมเหตุสมผลเหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่ม	3.53	ราคา	10

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 10 ลำดับ ได้แก่ปริมาณอาหารมีความเหมาะสมต่อการดื่ม 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.81) คุณประโยชน์ของวัตถุดิบอาหาร เช่น สารอาหารที่สำคัญต่างๆ ของเครื่องดื่ม และความสะดวกของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน(ค่าเฉลี่ย 3.78) รสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.76)ความ

สะดวกของบรรจุกัณฑ์ที่ใช้เมื่อต้องการซื้อกลับบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.73)ผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมาย
องค์รอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ (ค่าเฉลี่ย 3.69)คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในส่วนประกอบของ
เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.67)ความหลากหลายของกลิ่นของเครื่องดื่ม ที่มีให้เลือก (กลิ่นวนิลา, สตอเบอ
รี่, ช็อคโกแลต) (ค่าเฉลี่ย 3.63)ความสุภาพและมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61)
ระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.60)ความสะอาดทุกส่วนภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.53)
บรรยากาศในร้าน หรือการใช้โทนสีของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.53)ราคาสมเหตุสมผลเหมาะสมกับ
คุณภาพของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ตารางที่ 52 แสดงปัญหาของปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม
พบ 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อย	จำนวน	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับที่
กลิ่นของเครื่องดื่มมีให้เลือกน้อย	79	ผลิตภัณฑ์	1
ราคาเครื่องดื่ม ไม่มีให้เลือกหลายระดับ/ขนาด	48	ราคา	2
พนักงานหรือผู้เชี่ยวชาญใช้เวลาไม่มากพอกับความต้องการ ของท่านในการอธิบายข้อสงสัยต่างๆ	46	บุคลากร	3
พนักงานไม่แนะนำผลิตภัณฑ์ภายในร้าน	46	กระบวนการ	3
สำหรับสมาชิกควรจะมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทาง และไม่คิดค่าบริการเพิ่ม	42	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4
พนักงานอธิบายข้อมูลด้านสินค้าไม่ชัดเจน	42	บุคลากร	4
พนักงานบริการช้า ไม่กระตือรือร้นที่จะให้บริการและไม่ สนใจลูกค้า	42	กระบวนการ	4
ควรจะมีเว็บไซต์ หรือช่องทางการสื่อสารระหว่างลูกค้าที่ใช้ บริการเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้หรือความคิดเห็นต่างๆ ด้วยกัน	37	ส่งเสริมการตลาด	5
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ น้อยเกินไป	33	ส่งเสริมการตลาด	6
สถานที่จอดรถอยู่ไกล ไม่เพียงพอ และไม่สะดวก	33	ลักษณะทางกายภาพ	6
บัตรสมาชิกควรจะสามารถใช้ได้ทุกสาขาทั่วประเทศ	31	ช่องทางการจัดจำหน่าย	7
ควรจะมีการเก็บข้อมูลของลูกค้า และมีการสื่อสารกับลูกค้า เกี่ยวกับข้อมูลดังกล่าวเพื่อให้ลูกค้าทราบถึงการเปลี่ยนแปลง ด้านสุขภาพก่อนและหลังจากใช้บริการ	31	ส่งเสริมการตลาด	7
กระบวนการสมัครสมาชิกยุ่งยาก	31	กระบวนการ	7
ไม่มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหารหรือ พยายามประจำอยู่ภายในร้าน	31	ลักษณะทางกายภาพ	7
บรรยากาศในร้านไม่ดี ไม่สะอาด ไม่น่านั่ง	31	ลักษณะทางกายภาพ	7
สถานที่นั่งพักและนั่งรอมีไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า	31	ลักษณะทางกายภาพ	7
เว็บไซต์ของร้านเสดคือเบรกฟาส	26	ช่องทางการจัดจำหน่าย	8

ตารางที่ 52 (ต่อ) แสดงปัญหาของปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามพบ 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อย	จำนวน	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับที่
พนักงานพูดจาไม่อ่อนน้อม/สุภาพ	23	บุคลากร	9
ไม่มีส่วนลดสำหรับบุคคลทั่วไป	22	ราคา	10
สถานที่ตั้งห่างไกล อยู่ไกล เดินทางไม่สะดวก	22	ช่องทางการจัดจำหน่าย	10
พนักงานไม่มีความรู้ในด้านโภชนาการอาหาร	22	บุคลากร	10

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน เมื่อพิจารณาปัญหาสูงสุด 10 ลำดับ กลิ่นของเครื่องดื่มน้ำให้เล็กน้อย จำนวน 79 รายราคาเครื่องดื่มน้ำไม่มีให้เลือกหลายระดับ/ขนาด จำนวน 48 รายพนักงานหรือผู้เชี่ยวชาญใช้เวลาไม่มากพอกับความต้องการของท่านในการอธิบาย ข้อเสนอต่าง ๆ จำนวน 46 รายพนักงานไม่แนะนำผลิตภัณฑ์ภายในร้าน จำนวน 46 รายสำหรับ สมาชิกควรจะมีการให้บริการส่งถึงที่ ตามระยะทาง และไม่คิดค่าบริการเพิ่ม จำนวน 42 ราย พนักงานอธิบายข้อมูลด้านสินค้าไม่ชัดเจน จำนวน 42 รายพนักงานบริการช้า ไม่กระตือรือร้นที่จะ ให้บริการและไม่สนใจลูกค้า จำนวน 42 รายควรจะมีเว็บไซต์ หรือช่องทางการสื่อสารระหว่าง ลูกค้าที่ใช้บริการเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้หรือความคิดเห็นต่างๆ ด้วยกัน จำนวน 37 รายการโฆษณา ผ่านสื่อต่างๆ น้อยเกินไป จำนวน 33 รายสถานที่จอดรถอยู่ไกล ไม่เพียงพอ และไม่สะดวก จำนวน 33 รายบัตรสมาชิกควรจะสามารถใช้ได้ทุกสาขาทั่วประเทศ จำนวน 31 รายควรจะมีการเก็บข้อมูล ของลูกค้า และมีการสื่อสารกับลูกค้าเกี่ยวกับข้อมูลดังกล่าวเพื่อให้ลูกค้าทราบถึงการเปลี่ยนแปลง ด้านสุขภาพก่อนและหลังจากใช้บริการจำนวน 31 รายกระบวนการสมัครสมาชิกยุ่งยาก จำนวน 31 รายไม่มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหารหรือพยายามประจำอยู่ภายในร้าน จำนวน 31 รายบรรยากาศในร้านไม่ดี ไม่สะอาด ไม่น่านั่ง จำนวน 31 รายสถานที่นั่งพักและนั่งรอมีไม่เพียงพอ สำหรับลูกค้า จำนวน 31 รายเว็บไซต์ของร้านเฮลตี้เบรกฟาส จำนวน 26 รายพนักงานพูดจาไม่อ่อน น้อม/สุภาพ จำนวน 23 รายไม่มีส่วนลดสำหรับบุคคลทั่วไป จำนวน 22 รายสถานที่ตั้งห่างไกล อยู่ ไกล เดินทางไม่สะดวก จำนวน 22 รายพนักงานไม่มีความรู้ในด้านโภชนาการอาหารจำนวน 22 ราย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการของร้านอาหารเฮลตี้เบรกฟาส ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางใน ปรับปรุงหรือแก้ไข ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และ ปัญหาที่พบเป็นมากดังต่อไปนี้

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ร้านอาหารเฮลตี้เบรกฟาส ควรเพิ่มความหลากหลายของกลิ่นและเครื่องดื่มน้ำที่จำหน่ายในร้านให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น โดยต้องให้ความสำคัญในการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพที่ใช้ในส่วนประกอบของเครื่องดื่ม ต้องใหม่และสดอยู่เสมอ เช่น การคัดเลือกผักและผลไม้ต้องเน้นคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารเพื่อให้รสชาติมีความสม่ำเสมอ และการตกแต่งอาหารต้องให้สวยงาม และปรับเปลี่ยนเมนูแบบตั้งโต๊ะใหม่เพื่อให้ลูกค้าทราบว่ามีการอาหารและเครื่องดื่มพิเศษ และมีรายการอาหารตามฤดูกาลหรือรายการอาหารที่คิดค้นขึ้นใหม่ โดยให้พนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่มแก่ลูกค้า

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ในการตั้งราคาของเครื่องดื่ม ร้านอาหารเฮลตี้เบรกฟาส ควรต้องคำนึงถึงต้นทุน เพื่อจะตั้งราคาให้เป็นไปตามคุณภาพของสินค้าและบริการ และควรเปรียบเทียบความเหมาะสมของราคากับราคาคู่แข่งจนครบถ้วนไปด้วย เพื่อจะได้ตั้งราคาที่เหมาะสม และสามารถแข่งขันได้ และควรติดป้ายราคาให้ลูกค้าได้เห็นให้ชัดเจน อาจปรับตัวหนังสือราคาให้สามารถมองเห็น ได้ชัดเจน และระบุราคาอาหารและเครื่องดื่มแต่ละประเภทให้ชัดเจนในเมนูรายการอาหาร และเครื่องดื่ม และควรมีหลายระดับราคาให้ลูกค้าได้เลือก

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หากกิจการต้องการขยายร้านให้มีสาขาเพิ่ม ในจังหวัดเชียงใหม่ควรเลือกทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกสบาย เมื่อเปิดทำการควรมีการแจ้งเวลาเปิด-ปิดของร้านให้ลูกค้าได้มองเห็นได้อย่างชัดเจน และควรทำป้ายโฆษณาก่อนถึงร้านให้ลูกค้าได้เห็นอย่างชัดเจน นอกจากนั้นควรมีบริการจัดส่งให้แก่สมาชิกถึงที่ตามระยะทางที่กำหนดไว้และไม่ควรคิดค่าบริการเพิ่ม และบัตรสมาชิกควรให้ลูกค้าสามารถใช้ได้ทุกสาขาทั่วประเทศ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ร้านอาหารเฮลตี้เบรกฟาส ควรมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด และการรับสื่อต่างๆ เช่น การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิวของร้าน และมีระบบที่มีการให้ส่วนลดเมื่อเป็นสมาชิกตามระยะเวลา นอกจากนั้นบัตรสมาชิกของลูกค้า ควรให้ลูกค้าสามารถนำไปใช้บริการที่สาขาต่างๆ ทั่วประเทศได้ และควรมีบริการออกให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่นักลทั่วไปพร้อมกับให้คำแนะนำส่งเสริมการรักษาสุขภาพเป็นต้น

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ร้านอาหารเฮลตี้เบรกฟาส ควรมีการอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มีมารยาทและเต็มใจที่จะให้บริการ เนื่องจากพนักงานเป็นผู้ที่สื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรง และผู้บริโภคมาใช้บริการร้าน ไม่เพียงเพื่อซื้อสินค้าแต่มาซื้อบริการด้วย ร้านควรจัดพนักงานพนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้ในด้านโภชนาการอาหาร และควรมีการสื่อสารที่ชัดเจน อธิบายให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือ พนักงานผู้ให้บริการลูกค้า ต้องมีความตื่นตัวและมีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า นอกจากนั้นพนักงานต้องแต่งกายที่เหมาะสม

สะอาดตา ยิ้มแย้มแจ่มใสมีมิตรไมตรีกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ การทักทายกับลูกค้าที่เป็นกันเองที่สำคัญกิจกรรมการตลาด มีหัวใจในงานบริการ ทักทายและสวัสดิการรวมถึงขอบคุณลูกค้าทุกๆครั้งที่เข้าร้าน

ความพึงพอใจต่อบริการด้านกระบวนการ ร้านอาหารเฮลตี้เบรกฟาส ควรให้ความสำคัญกับพนักงานที่ต้องคอยแนะนำผลิตภัณฑ์ภายในร้านให้ลูกค้าได้รับทราบ และการบริการของพนักงานต้องมีความรวดเร็วในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ กระบวนการสั่งซื้อเครื่องดื่ม การรับคำสั่ง และการจัดทำเครื่องดื่มตามที่สั่ง และความรวดเร็วในการบริการตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น และมีความถูกต้องในการส่งมอบสินค้า ให้มีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง และวิธีการรับคำสั่งซื้อของลูกค้าที่สะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ควรมีระบบการทำงานที่ดี ตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า การส่งมอบและระบบการชำระเงิน เพื่อความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนั้นกระบวนการในการรับสมัครสมาชิกไม่ควรมีขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อน และไม่ควรถูกทอดทิ้ง

ความพึงพอใจต่อบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ร้านอาหารเฮลตี้เบรกฟาส ควรจัดทำป้ายของร้านให้มองเห็นได้ชัดเจน รวมถึงการตกแต่งสถานที่ภายในร้านที่มีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าของสารอาหารชนิดต่างๆที่เป็นส่วนประกอบของเครื่องดื่ม และมีสถานที่นั่งพักและนั่งรออย่างกว้างขวาง รวมถึงควรจัดหาสถานที่จอดรถไว้บริการให้ลูกค้าให้เพียงพอและสะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการ โดยอาจเช่าพื้นที่บริเวณใกล้เคียงกับร้านสำหรับใช้เป็นสถานที่จอดรถให้แก่ลูกค้า โดยทำป้ายแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงสถานที่จอดรถของร้านให้มองเห็นได้อย่างชัดเจน