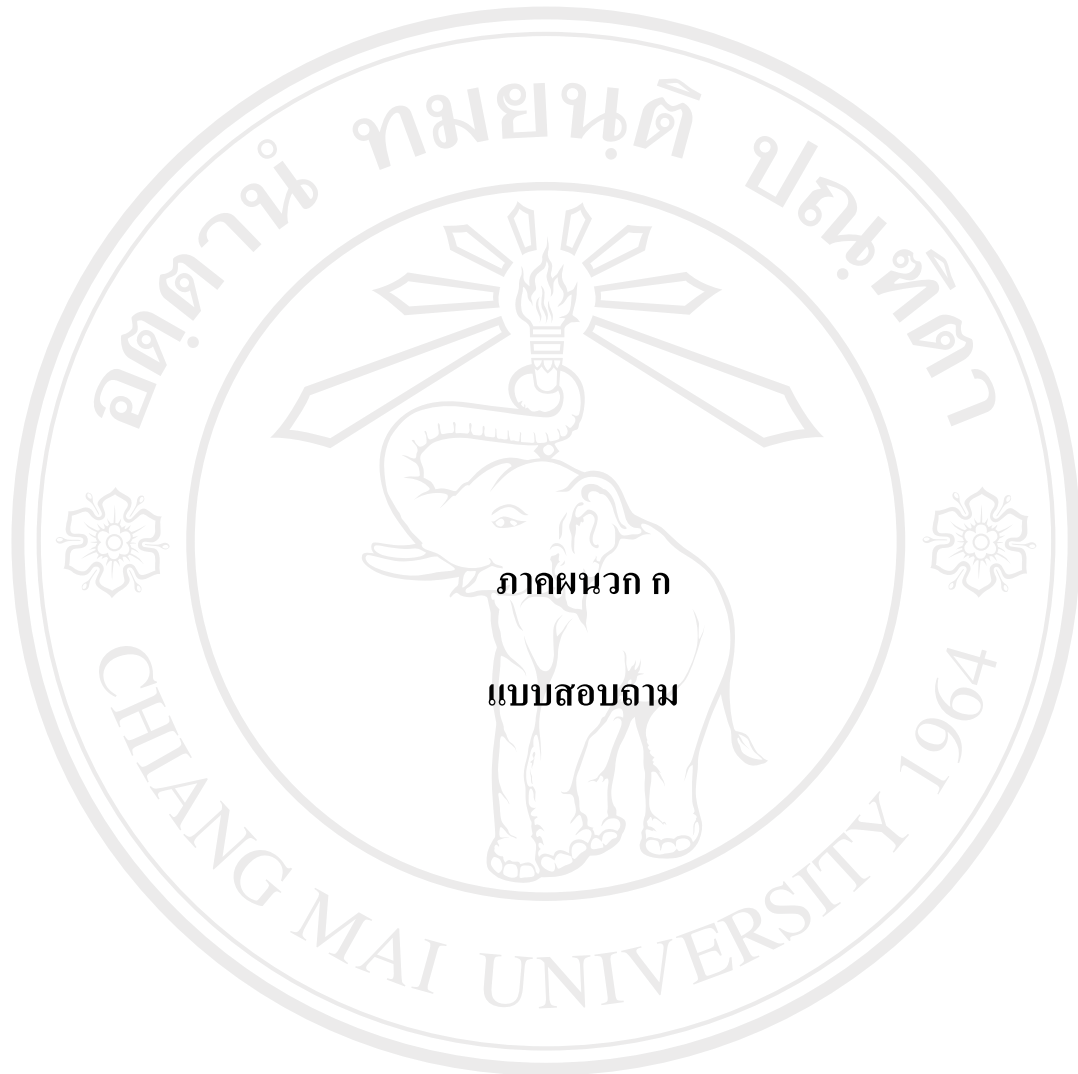




ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาวิชาการค้นคว้าอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

คำตอบของท่านจะถูกนำไปประมวลผลเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารอิตาเลียนหรือผู้สนใจทั่วไป ทั้งนี้คำตอบของท่านจะถูกนำไปใช้ในระดัภภาพรวมเท่านั้น จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการทำแบบสอบถามชุดนี้ให้ครบทุกข้อ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่สละเวลาในการทำแบบสอบถามชุดนี้

ผู้จัดทำ

นางสาววิชญา บรรลือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่อง หน้าคำตอบที่ท่านต้องการเลือก ถ้าไม่มีข้อความที่ท่านต้องการเลือกโปรดเขียนข้อความลงในช่องที่ระบุไว้อื่นๆ

1. เพศ ชาย หญิง
2. สถานภาพ โสด สมรส
3. อายุ

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20 ปี	<input type="checkbox"/> 20-30 ปี
<input type="checkbox"/> 31 - 40 ปี	<input type="checkbox"/> 41-50 ปี
<input type="checkbox"/> 51 - 60 ปี	<input type="checkbox"/> มากกว่า 60 ปีขึ้นไป
4. ระดับการศึกษาสูงสุด

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> อนุปริญญา/ ปวส.หรือเทียบเท่า	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี	
5. อาชีพ

<input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน

- แม่บ้าน อื่นๆ (โปรดระบุ)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 – 20,000 บาท
 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท
 40,001 – 50,000 บาท มากกว่า 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาลี

1. ท่านเคยไปใช้บริการร้านอาหารอิตาลีร้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- Arcoba Leno Babylon
 Buonissimo GIORGIO
 Gino's Italian Restaurant La Gondola
 M Cuisine Mr.Chan & Miss Pauline
 Pizzamania Pasta Café
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ท่านชื่นชอบอาหารอิตาลีประเภทใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สลัด ซุป
 พิซซ่า สปาเก็ตตี้/พาสต้า
 ลาซานญ่า สเต็ก
 อื่นๆ (โปรดระบุ)

3. ท่านเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาลีเพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- รสชาติของอาหาร ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก
 ใกล้เคียงที่พักอาศัย ใกล้เคียงที่ทำงาน
 บริการดี มีรายการอาหารหลากหลาย
 เพื่อนหรือคนรู้จักชักชวน เลี้ยงฉลอง/พบปะสังสรรค์/ติดต่อ
 อื่นๆ (โปรดระบุ) ธุรกิจ

4. บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน**มากที่สุด** (เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว)

- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ตนเอง | <input type="checkbox"/> แฟน/คู่สมรส |
| <input type="checkbox"/> พ่อแม่ | <input type="checkbox"/> บุตรหลาน |
| <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> ญาติ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) | |

5. ส่วนใหญ่ท่านมาใช้บริการที่ร้านอาหารอิตาเลียน**ร่วมกับใคร**

- | | |
|---|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> คนเดียว | <input type="checkbox"/> เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> ครอบครัว | <input type="checkbox"/> ลูกค้า |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) | |

6. ท่านมาใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียนโดยเฉลี่ย**ครั้งละกี่คน**

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> คนเดียว | <input type="checkbox"/> 2-3 คน |
| <input type="checkbox"/> 4-5 คน | <input type="checkbox"/> มากกว่า 5 คน |

7. ท่านมาใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียนของท่าน**บ่อยครั้งเพียงใด**

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1 ครั้งต่อเดือน | <input type="checkbox"/> 2-3 ครั้งต่อเดือน |
| <input type="checkbox"/> 2 เดือนรับประทาน 1 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 3 เดือนรับประทาน 1 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) | |

8. ท่านมาใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียนในวันใดบ่อยที่สุด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> วันจันทร์ – ศุกร์ | <input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์ |
| <input type="checkbox"/> วันเสาร์ - อาทิตย์ | <input type="checkbox"/> ไม่แน่นอน |

9. ท่านมาใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน**ช่วงเวลาใดมากที่สุด**

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ก่อนเวลา 12.00 น. | <input type="checkbox"/> 12.00-17.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 17.01-21.00 น. | <input type="checkbox"/> หลังเวลา 21.00 น. |
| <input type="checkbox"/> ไม่แน่นอน | |

10 ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าที่ร้าน โดยเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง

- ต่ำกว่า 250 บาท 250 – 500 บาท
- 501 – 750 บาท 750 – 1,000 บาท
- มากกว่า 1,000 บาท

11 โดยทั่วไปท่านมีความรู้สึกอย่างไรที่มารับประทานอาหารที่ร้านอาหารอาหารเช้า (โปรดตอบเพียง 1 ข้อ)

- คู้มค่ากับเงินที่จ่ายไป แพงเกินความเป็นจริง
- ประทับใจทุกครั้งที่ได้รับประทาน เฉยๆ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารอาหารเช้า

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ตรงกับความรู้สึกนึกคิดที่เป็นจริงของท่าน ว่ารายการในแต่ละข้อนั้นมีความสำคัญสำหรับท่านมากน้อยเพียงใด

รายการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. ความหลากหลายของรายการอาหาร					
2. รสชาติอาหาร					
3. ความสะอาดของอาหาร					
4. ความสด/ใหม่ของวัตถุดิบที่นำมาใช้ปรุงอาหาร					
5. ชื่อเสียงของร้าน					
6. ในรายการอาหารมีรูปภาพประกอบ					
ด้านราคา (Price)					
7. รายการอาหารแสดงราคาไว้ชัดเจน					
8. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร					
9. ราคาเหมาะสมกับปริมาณอาหาร					
10. สามารถชำระได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต					
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)					
11. ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง					

รายการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
12. ความสะอาดของที่จอดรถ					
13. การให้บริการจัดส่งถึงบ้าน					
14. ระยะเวลาในการเปิด-ปิดร้าน					
15. มีเบอร์โทรศัพท์ที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้ เช่น สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับร้านหรืออาหารการจองโต๊ะล่วงหน้า เป็นต้น					
ด้านการสื่อสารตลาดบริการ (Promotion)					
16. การจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ					
17. การแนะนำบอกต่อจากบุคคลที่เคยใช้บริการ (Words of mouth) เช่น ญาติ เพื่อน					
18. การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาอาหาร มีของแถมแจก					
19. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์					
ด้านบุคลากร (people)					
20. พนักงานมีความสุภาพ					
21. พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าในการให้บริการอย่างดีตลอดการรับประทานอาหาร เช่น คอยเก็บจาน เติมน้ำ					
22. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี					
23. พนักงานแต่งกายเหมาะสม					
24. จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ					
25. พนักงานมีความรู้ ให้คำแนะนำเรื่องของอาหารเป็นอย่างดี					
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
26. การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้าร้าน					
27. ความรวดเร็วในการรับรายการอาหาร					
28. ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารตามรายการที่ได้สั่งไป					

รายการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
29. ความรวดเร็วในการได้รับอาหาร					
30. ความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน					
ด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)					
31. สถานที่ตกแต่งสวยงาม					
32. ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้					
33. มีห้องน้ำสะอาด					
34. จำนวนโต๊ะ เก้าอี้มีให้บริการอย่างเพียงพอ					
35. มีหนังสือพิมพ์ นิตยสารไว้บริการลูกค้า					
36. ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน					

ข้อเสนอแนะและปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Questionnaire

The questionnaire is produced for an independent study by the Post Graduate students in faculty of Business Administration at Chiang Mai University. The main objective is to study “Service Marketing Mix Factors Affecting Customer Decision Towards Italian Restaurants in Mueang Chiang Mai District”

The Answer will bring to the primary data processing to Italian Restaurant Owners or other interested persons. Please complete the question form. Thank you.

Section 1 General Information

Indication Please mark (/) in the box with your answer, if don't have any option please write in the box of other with specify

7. Sex Male Female
8. Marital Status
 Single Married
9. Age
 under 20 years old 20-30 years old
 31 – 40 years old 41-50 years old
 51 - 60 years old over 60 years old
10. What is the highest level of education you have completed?
 Less than High school High school or equivalent
 Diploma/vocational or equivalent Under graduate
 Post graduate
11. Occupation
 Student/College Government Official / State Enterprise
 Own business/commercial Private Employee
 Housewife Other (Please specify)
12. Income (average per month)
 Less than 10,000 baht 10,000 – 20,000 baht
 20,001 – 30,000 baht 30,001 – 40,000 baht

- 40,001 – 50,000 baht More than 50,000 baht

Section 2 Service details of Italian Restaurant choice for customer.

1. Have you ever been to these Italian Restaurants? (can be more than 1 option)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Arcoba Leno | <input type="checkbox"/> Babylon |
| <input type="checkbox"/> Buonissimo | <input type="checkbox"/> GIORGIO |
| <input type="checkbox"/> Gino's Italian Restaurant | <input type="checkbox"/> La Gondola |
| <input type="checkbox"/> M Cuisine | <input type="checkbox"/> Mr.Chan & Miss Pauline |
| <input type="checkbox"/> Pizzamania | <input type="checkbox"/> Pasta Café |
| <input type="checkbox"/> Other (Please specify)..... | |

2. What kind of Italian food do you like **the most**? (can be more than 1 option)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Salad | <input type="checkbox"/> Soup |
| <input type="checkbox"/> Pizza | <input type="checkbox"/> Spaghetti/Pasta |
| <input type="checkbox"/> Lasagne | <input type="checkbox"/> Steak |
| <input type="checkbox"/> Other (Please specify)..... | |

3. What make you choose the Italian Restaurant (can be more than 1 option)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Good taste | <input type="checkbox"/> Convenient Location |
| <input type="checkbox"/> Nearest to home | <input type="checkbox"/> Nearest to Office |
| <input type="checkbox"/> Good Service | <input type="checkbox"/> Food and Beverage menu are extensive |
| <input type="checkbox"/> Friend or acquaintance | <input type="checkbox"/> Celebration |
| <input type="checkbox"/> Other (Please specify)..... | |

4. Who do you normally ask for a recommendation of the Italian Restaurant? (one option only)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> yourself | <input type="checkbox"/> Couple/Married |
| <input type="checkbox"/> Parents | <input type="checkbox"/> Children |
| <input type="checkbox"/> Friend | <input type="checkbox"/> Cousin |
| <input type="checkbox"/> Other (Please specify)..... | |

5. Who do you mostly come with to the Italian Restaurant?

- Alone
 Friend
 Family
 Customer
 Other (Please specify).....

6. How many people that join you at the restaurant each time?

- Alone
 2-3 person
 4-5 person
 Over 5 person

7. How often do you usually come to the Italian Restaurant in a week?

- once month
 twice or third a month
 once in 2 months
 once in 3 months
 Other (Please specify).....

8. What day do you usually come?

- Weekday
 Public Holiday
 Weekend
 uncertain (not sure)

9. What time do you normally come to the Italian Restaurant?

- Before 12.00 AM.
 12.00 PM.-17.00 PM.
 17.01 PM.-21.00 PM.
 After 21.00 PM.
 Uncertain (not sure)

10. How much do you spend at a time **each person**?

- Less than 250 baht
 251 – 500 baht
 501 – 750 baht
 751 – 1,000 baht
 More than 1,000 baht

11. How do you feel after all with your choice of Italian Restaurant? (one option only)

- Suitable with expense
 Expensive
 Highly impressed every time
 Indifferent
 Other (Please specify).....

Section 3 Detail of effective service

Indication Please mark (/) in the blank space of important level which match with your opinion in each description items.

Description	Important Level				
	Maximum	High	Medium	Low	Minimum
Product					
1. Number of choices on the menu					
2. Taste of the food					
3. Cleanness					
4. Freshness					
5. Reputation					
6. Menu with the food pictures					
Price					
7. Price shown on the menu					
8. Appropriate Quality Price					
9. Appropriate Quantity Price					
10. Cash and Credit payment					
Place					
11. Convenient Location					
12. Adequate Parking lot					
13. Home delivery service					
14. Opening/closing time					
15. Telephone communication such as food or shop information, reservation					

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University
All rights reserved

Description	Important Level				
	Maximum	High	Medium	Low	Minimum
Promotion					
16. Member card and privilege					
17. Recommendation from other customers relatives, friends.					
18. Sale Promotion such as discount on food, a gift					
19. Advertising such as brochure, TV., Radio, Newspaper.					
People					
20. Politeness of staff (service personnel)					
21. Care and attention of care taker staff					
22. Good personality Staff					
23. Appropriate dress of staff					
24. Sufficient staff					
25. Food Knowledge of staff					
Process					
26. Warm Welcome					
27. Speed of take order					
28. The correction of food order					
29. Speed of the food service					
30. Speed of the payment processing					

Description	Important Level				
	Maximum	High	Medium	Low	Minimum
Physical Evidence					
31. Beautiful Decorations					
32. Cleanliness of the place and all materials					
33. Cleanliness of toilets					
34. Plenty of tables and chairs					
35. A newspaper or magazine for customer					
36. Easily seen and clear signs					

Suggestion or Problem

.....

.....

.....

.....

.....

.....

----- *Thank you very much for your time and support.* -----

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved



ภาคผนวก ข

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps)
ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม ชาวไทยและชาวต่างชาติ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบระดับความสำคัญส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) ของโดยรวม

Test of Homogeneity of Variances

mean

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
11.886	6	2793	.000

ANOVA

mean

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	140.220	6	23.370	66.637	.000
Within Groups	979.530	2793	.351		
Total	1119.750	2799			

Robust Tests of Equality of Means

mean

	Statistic(a)	df1	df2	Sig.
Welch	59.639	6	1239.952	.000

a. Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dependent Variable: mean

Dunnnett T3

(I) name	(J) name	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
product	price	-0.0118	0.0405	1.0000	-0.1112	0.1349
	place	0.3397*	0.0385	0.0000	0.2227	0.4567
	promotion	0.4993*	0.0422	0.0000	0.3709	0.6278
	people	-0.1249*	0.0405	0.0433	-0.2480	-0.0018
	process	-0.1488*	0.0407	0.0057	-0.2726	-0.0250
	physical	0.1598*	0.0362	0.0002	0.0497	0.2698
price	product	-0.0118	0.0405	1.0000	-0.1349	0.1112
	place	0.3279*	0.0421	0.0000	0.2000	0.4557
	promotion	0.4875*	0.0455	0.0000	0.3491	0.6259
	people	-0.1367*	0.0439	0.0393	-0.2702	-0.0032
	process	-0.1606*	0.0441	0.0060	-0.2947	-0.0265
	physical	0.1480*	0.0400	0.0048	0.0264	0.2695
place	product	-0.3397*	0.0385	0.0000	-0.4567	-0.2227
	price	-0.3279*	0.0421	0.0000	-0.4557	-0.2000
	promotion	0.1596*	0.0438	0.0059	0.0265	0.2927
	people	-0.4646*	0.0421	0.0000	-0.5925	-0.3367
	process	-0.4885*	0.0423	0.0000	-0.6171	-0.3599
	physical	-0.1799*	0.0380	0.0001	-0.2954	-0.0645
promotion	product	-0.4993*	0.0422	0.0000	-0.6278	-0.3709
	price	-0.4875*	0.0455	0.0000	-0.6259	-0.3491
	place	-0.1596*	0.0438	0.0059	-0.2927	-0.0265
	people	-0.6242*	0.0455	0.0000	-0.7627	-0.4858
	process	-0.6481*	0.0457	0.0000	-0.7872	-0.5091
	physical	-0.3395*	0.0418	0.0000	-0.4666	-0.2125

(I) name	(J) name	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
people	product	0.1249*	0.0405	0.0433	0.0018	0.2480
	price	0.1367*	0.0439	0.0393	0.0032	0.2702
	place	0.4646*	0.0421	0.0000	0.3367	0.5925
	promotion	0.6242*	0.0455	0.0000	0.4858	0.7627
	process	-0.0239	0.0441	1.0000	-0.1581	0.1103
	physical	0.2847*	0.0400	0.0000	0.1630	0.4063
process	product	0.1488*	0.0407	0.0057	0.0250	0.2726
	price	-0.1606*	0.0441	0.0060	0.0265	0.2947
	place	0.4885*	0.0423	0.0000	0.3599	0.6171
	promotion	0.6481*	0.0457	0.0000	0.5091	0.7872
	people	0.0239	0.0441	1.0000	-0.1103	0.1581
	physical	0.3086*	0.0402	0.0000	0.1862	0.4309
physical	product	-0.1598*	0.0362	0.0002	-0.2698	-0.0497
	price	-0.1480*	0.0400	0.0048	-0.2695	-0.0264
	place	0.1799*	0.0380	0.0001	0.0645	0.2954
	promotion	0.3395*	0.0418	0.0000	0.2125	0.4666
	people	-0.2847*	0.0400	0.0000	-0.4063	-0.1630
	process	-0.3086*	0.0402	0.0000	-0.4309	-0.1862

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบระดับความสำคัญส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) ของชาวไทย

Test of Homogeneity of Variances

mean

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
10.292	6	2198	.000

ANOVA

mean

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	82.872	6	13.812	37.754	.000
Within Groups	804.129	2198	.366		
Total	887.001	2204			

Robust Tests of Equality of Means

mean

	Statistic(a)	df1	df2	Sig.
Welch	32.010	6	975.372	.000

a. Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dependent Variable: mean

Dunnett T3

(I) name	(J) name	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
product	price	-0.0138	0.0448	1.0000	-0.1502	0.1227
	place	0.2823*	0.0438	0.0000	0.1491	0.4154
	promotion	0.4211*	0.0492	0.0000	0.2713	0.5710
	people	-0.1441*	0.0449	0.0292	-0.2808	-0.0074
	process	-0.1222	0.0440	0.1119	-0.2561	0.0117
	physical	0.0787	0.0407	0.6836	-0.0452	0.2025
price	product	0.0138	0.0448	1.0000	-0.1227	0.1502
	place	0.2960*	0.0489	0.0000	0.1472	0.4449
	promotion	0.4349*	0.0539	0.0000	0.2710	0.5988
	people	-0.1303	0.0500	0.1781	-0.2823	0.0217
	process	-0.1084	0.0491	0.4434	-0.2579	0.0411
	physical	0.0924	0.0462	0.6241	-0.0482	0.2331
place	product	-0.2823*	0.0438	0.0000	-0.4154	-0.1491
	price	-0.2960*	0.0489	0.0000	-0.4449	-0.1472
	promotion	0.1389	0.0530	0.1715	-0.0223	0.3001
	people	-0.4263*	0.0490	0.0000	-0.5754	-0.2772
	process	-0.4044*	0.0481	0.0000	-0.5509	-0.2580
	physical	-0.2036*	0.0452	0.0002	-0.3410	-0.0661

(I) name	(J) name	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
promotion	product	-0.4211*	0.0492	0.0000	-0.5710	-0.2713
	price	-0.4349*	0.0539	0.0000	-0.5988	-0.2710
	place	-0.1389	0.0530	0.1715	-0.3001	0.0223
	people	-0.5652*	0.0539	0.0000	-0.7293	-0.4011
	process	-0.5433*	0.0532	0.0000	-0.7051	-0.3816
	physical	-0.3425*	0.0505	0.0000	-0.4961	-0.1888
people	product	0.1441*	0.0449	0.0292	0.0074	0.2808
	price	0.1303	0.0500	0.1781	-0.0217	0.2823
	place	0.4263*	0.0490	0.0000	0.2772	0.5754
	promotion	0.5652*	0.0539	0.0000	0.4011	0.7293
	process	0.0219	0.0492	1.0000	-0.1279	0.1716
	physical	0.2227*	0.0463	0.0000	0.0818	0.3636
process	product	0.1222	0.0440	0.1119	-0.0117	0.2561
	price	0.1084	0.0491	0.4434	-0.0411	0.2579
	place	0.4044*	0.0481	0.0000	0.2580	0.5509
	promotion	0.5433*	0.0532	0.0000	0.3816	0.7051
	people	-0.0219	0.0492	1.0000	-0.1716	0.1279
	physical	0.2009*	0.0454	0.0002	0.0627	0.3390
physical	product	-0.0787	0.0407	0.6836	-0.2025	0.0452
	price	-0.0924	0.0462	0.6241	-0.2331	0.0482
	place	0.2036*	0.0452	0.0002	0.0661	0.3410
	promotion	0.3425*	0.0505	0.0000	0.1888	0.4961
	people	-0.2227*	0.0463	0.0000	-0.3636	-0.0818
	process	-0.2009*	0.0454	0.0002	-0.3390	-0.0627

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบระดับความสำคัญส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) ของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

mean

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
12.555	6	588	.000

ANOVA

mean

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	71.934	6	11.989	135.180	.000
Within Groups	52.149	588	.089		
Total	124.083	594			

Robust Tests of Equality of Means

mean

	Statistic(a)	df1	df2	Sig.
Welch	201.195	6	257.538	.000

a Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dependent Variable: mean

Dunnnett T3

(I) name	(J) name	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
product	price	-0.1067	0.0490	0.4720	-0.0443	0.2577
	place	0.5526*	0.0383	0.0000	0.4349	0.6703
	promotion	0.7891*	0.0424	0.0000	0.6585	0.9197
	people	-0.0539	0.0450	0.9951	-0.1926	0.0848
	process	-0.2474*	0.0303	0.0000	-0.3406	-0.1542
	physical	0.4604*	0.0433	0.0000	0.3269	0.5938
price	product	-0.1067	0.0490	0.4720	-0.2577	0.0443
	place	0.4459*	0.0509	0.0000	0.2891	0.6027
	promotion	0.6824*	0.0541	0.0000	0.5159	0.8488
	people	-0.1606	0.0561	0.0946	-0.3333	0.0121
	process	-0.3541*	0.0452	0.0000	-0.4941	-0.2141
	physical	0.3536*	0.0548	0.0000	0.1850	0.5223
place	product	-0.5526*	0.0383	0.0000	-0.6703	-0.4349
	price	-0.4459*	0.0509	0.0000	-0.6027	-0.2891
	promotion	0.2365*	0.0446	0.0000	0.0991	0.3738
	people	-0.6065*	0.0471	0.0000	-0.7515	-0.4615
	process	-0.8000*	0.0333	0.0000	-0.9027	-0.6973
	physical	-0.0922	0.0455	0.6024	-0.2323	0.0478

(I) name	(J) name	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
promotion	product	-0.7891*	0.0424	0.0000	-0.9197	-0.6585
	price	-0.6824*	0.0541	0.0000	-0.8488	-0.5159
	place	-0.2365*	0.0446	0.0000	-0.3738	-0.0991
	people	-0.8429*	0.0505	0.0000	-0.9984	-0.6875
	process	-1.0365*	0.0380	0.0000	-1.1540	-0.9190
	physical	-0.3287*	0.0491	0.0000	-0.4796	-0.1778
people	product	0.0539	0.0450	0.9951	-0.0848	0.1926
	price	0.1606	0.0561	0.0946	-0.0121	0.3333
	place	0.6065*	0.0471	0.0000	0.4615	0.7515
	promotion	0.8429*	0.0505	0.0000	0.6875	0.9984
	process	-0.1935*	0.0409	0.0001	-0.3200	-0.0670
	physical	0.5142*	0.0513	0.0000	0.3564	0.6721
process	product	0.2474*	0.0303	0.0000	0.1542	0.3406
	price	0.3541*	0.0452	0.0000	0.2141	0.4941
	place	0.8000*	0.0333	0.0000	0.6973	0.9027
	promotion	1.0365*	0.0380	0.0000	0.9190	1.1540
	people	0.1935*	0.0409	0.0001	0.0670	0.3200
	physical	0.7078*	0.0390	0.0000	0.5871	0.8285
physical	product	-0.4604*	0.0433	0.0000	-0.5938	-0.3269
	price	-0.3536*	0.0548	0.0000	-0.5223	-0.1850
	place	0.0922	0.0455	0.6024	-0.0478	0.2323
	promotion	0.3287*	0.0491	0.0000	0.1778	0.4796
	people	-0.5142*	0.0513	0.0000	-0.6721	-0.3564
	process	-0.7078*	0.0390	0.0000	-0.8285	-0.5871

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ(7P's) จำแนกตามชาวไทยและชาวต่างชาติ

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
product	Equal variances assumed	31.7329	0.0000	11.6735	398.0000	0.0000	0.6409	0.0549	0.5329	0.7488
	Equal variances not assumed			17.1142	293.9462	0.0000	0.6409	0.0374	0.5672	0.7146
price	Equal variances assumed	15.5884	0.0001	7.2727	398.0000	0.0000	0.5190	0.0714	0.3787	0.6593
	Equal variances not assumed			9.4662	215.8164	0.0000	0.5190	0.0548	0.4109	0.6271
place	Equal variances assumed	54.3050	0.0000	5.5110	398.0000	0.0000	0.3692	0.0670	0.2375	0.5008
	Equal variances not assumed			8.3011	315.8663	0.0000	0.3692	0.0445	0.2817	0.4566
promotion	Equal variances assumed	57.3914	0.0000	3.3777	398.0000	0.0008	0.2716	0.0804	0.1135	0.4296
	Equal variances not assumed			5.1127	319.9008	0.0000	0.2716	0.0531	0.1671	0.3761
people	Equal variances assumed	37.6722	0.0000	7.7521	398.0000	0.0000	0.5494	0.0709	0.4100	0.6887
	Equal variances not assumed			10.6807	248.9886	0.0000	0.5494	0.0514	0.4481	0.6507
process	Equal variances assumed	105.0841	0.0000	11.5052	398.0000	0.0000	0.7647	0.0665	0.6340	0.8954
	Equal variances not assumed			20.0852	397.2273	0.0000	0.7647	0.0381	0.6899	0.8396
physical	Equal variances assumed	17.1849	0.0000	4.2783	398.0000	0.0000	0.2584	0.0604	0.1397	0.3771
	Equal variances not assumed			5.5886	217.6711	0.0000	0.2584	0.0462	0.1673	0.3495

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ(7P's) จำแนกตามเพศของชาวไทย

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
product	Equal variances assumed	0.0006	0.9809	-2.6449	313.0000	0.0086	-0.1484	0.0561	-0.2588	-0.0380
	Equal variances not assumed			-2.6384	260.6829	0.0088	-0.1484	0.0562	-0.2592	-0.0376
price	Equal variances assumed	0.8803	0.3488	-1.5966	313.0000	0.1114	-0.1150	0.0720	-0.2567	0.0267
	Equal variances not assumed			-1.5964	262.7109	0.1116	-0.1150	0.0720	-0.2569	0.0268
place	Equal variances assumed	8.6128	0.0036	-1.9818	313.0000	0.0484	-0.1368	0.0691	-0.2727	-0.0010
	Equal variances not assumed			-1.9071	228.8963	0.0578	-0.1368	0.0718	-0.2782	0.0045
promotion	Equal variances assumed	0.3999	0.5276	-2.8188	313.0000	0.0051	-0.2323	0.0824	-0.3945	-0.0702
	Equal variances not assumed			-2.7831	251.4943	0.0058	-0.2323	0.0835	-0.3967	-0.0679
people	Equal variances assumed	0.0831	0.7733	-1.0842	313.0000	0.2791	-0.0785	0.0724	-0.2210	0.0640
	Equal variances not assumed			-1.0775	257.3362	0.2822	-0.0785	0.0729	-0.2220	0.0650
process	Equal variances assumed	0.0811	0.7759	-1.4158	313.0000	0.1578	-0.0990	0.0699	-0.2365	0.0386
	Equal variances not assumed			-1.4150	262.3387	0.1583	-0.0990	0.0699	-0.2367	0.0387
physical	Equal variances assumed	0.0080	0.9286	-3.4166	313.0000	0.0007	-0.2055	0.0601	-0.3238	-0.0871
	Equal variances not assumed			-3.4201	263.7415	0.0007	-0.2055	0.0601	-0.3238	-0.0872

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 6 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศของชาวไทย

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
ความหลากหลาย	Equal variances assumed	10.9435	0.0010	-2.4723	313.0000	0.0140	-0.2049	0.0829	-0.3679	-0.0418
	Equal variances not assumed			-2.4055	238.4771	0.0169	-0.2049	0.0852	-0.3726	-0.0371
รสชาติ	Equal variances assumed	0.0750	0.7843	-0.8342	313.0000	0.4048	-0.0689	0.0827	-0.2316	0.0937
	Equal variances not assumed			-0.8272	255.3878	0.4089	-0.0689	0.0833	-0.2331	0.0952
สะอาด	Equal variances assumed	1.2608	0.2624	-1.4133	313.0000	0.1586	-0.1124	0.0795	-0.2689	0.0441
	Equal variances not assumed			-1.4054	257.8982	0.1611	-0.1124	0.0800	-0.2699	0.0451
สดใหม่	Equal variances assumed	0.7353	0.3918	-0.6685	313.0000	0.5043	-0.0540	0.0807	-0.2128	0.1049
	Equal variances not assumed			-0.6695	264.0650	0.5038	-0.0540	0.0806	-0.2127	0.1047
ชื่อเสียง	Equal variances assumed	0.9560	0.3290	-3.1446	313.0000	0.0018	-0.2648	0.0842	-0.4305	-0.0991
	Equal variances not assumed			-3.1330	259.5724	0.0019	-0.2648	0.0845	-0.4313	-0.0984
มีรูปภาพ	Equal variances assumed	2.7769	0.0966	-1.8801	313.0000	0.0610	-0.1854	0.0986	-0.3795	0.0086
	Equal variances not assumed			-1.8341	240.8071	0.0679	-0.1854	0.1011	-0.3846	0.0137

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 7 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสื่อสารตลาดบริการ จำแนกตามเพศของชาวไทย

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
บัตรสมาชิก	Equal variances assumed	0.0576	0.8104	-2.8169	313.0000	0.0052	-0.2866	0.1017	-0.4868	-0.0864
	Equal variances not assumed			-2.8327	267.7405	0.0050	-0.2866	0.1012	-0.4858	-0.0874
บอกต่อ	Equal variances assumed	0.3671	0.5451	-2.0809	313.0000	0.0383	-0.1877	0.0902	-0.3652	-0.0102
	Equal variances not assumed			-2.0825	263.5087	0.0383	-0.1877	0.0901	-0.3652	-0.0102
ส่งเสริมการขาย	Equal variances assumed	0.4269	0.5140	-2.3544	313.0000	0.0192	-0.2399	0.1019	-0.4404	-0.0394
	Equal variances not assumed			-2.3354	255.6452	0.0203	-0.2399	0.1027	-0.4422	-0.0376
โฆษณา	Equal variances assumed	0.4715	0.4928	-2.0331	313.0000	0.0429	-0.2150	0.1058	-0.4231	-0.0069
	Equal variances not assumed			-2.0060	250.9019	0.0459	-0.2150	0.1072	-0.4261	-0.0039

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 8 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามเพศของชาวไทย

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ตลกตลกสวย	Equal variances assumed	4.6802	0.0313	-1.4735	313.0000	0.1416	-0.1145	0.0777	-0.2673	0.0384
	Equal variances not assumed			-1.5298	293.3664	0.1272	-0.1145	0.0748	-0.2617	0.0328
อุปกรณ์สะอาด	Equal variances assumed	0.0292	0.8644	-1.4616	313.0000	0.1449	-0.1173	0.0803	-0.2753	0.0406
	Equal variances not assumed			-1.4384	248.5842	0.1516	-0.1173	0.0816	-0.2780	0.0433
ห้องน้ำสะอาด	Equal variances assumed	0.6188	0.4321	-1.5771	313.0000	0.1158	-0.1323	0.0839	-0.2974	0.0328
	Equal variances not assumed			-1.5675	257.4075	0.1182	-0.1323	0.0844	-0.2986	0.0339
จำนวนโต๊ะเก้าอี้	Equal variances assumed	0.6086	0.4359	-2.5972	313.0000	0.0098	-0.2189	0.0843	-0.3847	-0.0531
	Equal variances not assumed			-2.5897	260.2524	0.0101	-0.2189	0.0845	-0.3853	-0.0525
มีนสพ	Equal variances assumed	0.0813	0.7758	-2.7826	313.0000	0.0057	-0.2662	0.0957	-0.4545	-0.0780
	Equal variances not assumed			-2.7896	265.0409	0.0057	-0.2662	0.0954	-0.4541	-0.0783
ป้ายร้านชัดเจน	Equal variances assumed	3.8424	0.0509	-4.1728	313.0000	0.0000	-0.3836	0.0919	-0.5644	-0.2027
	Equal variances not assumed			-4.1489	257.7207	0.0000	-0.3836	0.0924	-0.5656	-0.2015

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 9 ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ (7P's) จำแนกตามสถานภาพของชาวไทย

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
product	Equal variances assumed	2.3365	0.1274	-1.8519	313.0000	0.0650	-0.1022	0.0552	-0.2108	0.0064
	Equal variances not assumed			-1.8646	312.2801	0.0632	-0.1022	0.0548	-0.2101	0.0056
price	Equal variances assumed	0.3943	0.5305	-0.9931	313.0000	0.3214	-0.0702	0.0706	-0.2091	0.0688
	Equal variances not assumed			-0.9973	312.9855	0.3194	-0.0702	0.0703	-0.2086	0.0682
place	Equal variances assumed	0.0365	0.8487	-2.0866	313.0000	0.0377	-0.1408	0.0675	-0.2737	-0.0080
	Equal variances not assumed			-2.0862	309.9413	0.0378	-0.1408	0.0675	-0.2737	-0.0080
promotion	Equal variances assumed	0.6577	0.4180	-1.9210	313.0000	0.0556	-0.1559	0.0812	-0.3156	0.0038
	Equal variances not assumed			-1.9164	306.5147	0.0562	-0.1559	0.0814	-0.3160	0.0042
people	Equal variances assumed	3.3802	0.0669	-0.7837	313.0000	0.4338	-0.0556	0.0709	-0.1950	0.0839
	Equal variances not assumed			-0.7884	312.7104	0.4311	-0.0556	0.0705	-0.1942	0.0831
process	Equal variances assumed	0.7269	0.3946	-2.7800	313.0000	0.0058	-0.1884	0.0678	-0.3217	-0.0550
	Equal variances not assumed			-2.7912	312.9634	0.0056	-0.1884	0.0675	-0.3211	-0.0556
physical	Equal variances assumed	0.2742	0.6009	-0.4486	313.0000	0.6540	-0.0269	0.0599	-0.1447	0.0910
	Equal variances not assumed			-0.4489	311.0411	0.6538	-0.0269	0.0598	-0.1446	0.0909

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 10 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพของชาวไทย

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ทำเลที่ตั้งสะดวก	Equal variances assumed	0.0217	0.8830	-0.7445	313.0000	0.4571	-0.0636	0.0855	-0.2318	0.1045
	Equal variances not assumed			-0.7456	311.6648	0.4565	-0.0636	0.0854	-0.2316	0.1043
ที่จอดรถสะดวก	Equal variances assumed	0.7103	0.4000	-1.6670	313.0000	0.0965	-0.1485	0.0891	-0.3237	0.0268
	Equal variances not assumed			-1.6698	311.8457	0.0960	-0.1485	0.0889	-0.3235	0.0265
บริการจัดส่ง	Equal variances assumed	0.0184	0.8922	-1.9685	313.0000	0.0499	-0.2127	0.1081	-0.4253	-0.0001
	Equal variances not assumed			-1.9665	308.7667	0.0501	-0.2127	0.1082	-0.4256	0.0001
เวลาเปิดปิด	Equal variances assumed	0.0000	0.9954	-1.5088	313.0000	0.1323	-0.1345	0.0892	-0.3100	0.0409
	Equal variances not assumed			-1.5033	303.9650	0.1338	-0.1345	0.0895	-0.3107	0.0416
เบอร์โทร	Equal variances assumed	0.8218	0.3654	-1.4368	313.0000	0.1518	-0.1448	0.1008	-0.3432	0.0535
	Equal variances not assumed			-1.4375	310.6950	0.1516	-0.1448	0.1008	-0.3431	0.0534

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 11 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพของชาวไทย

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ทัศนคติ	Equal variances assumed	3.6215	0.0580	-2.3448	313.0000	0.0197	-0.2073	0.0884	-0.3812	-0.0333
	Equal variances not assumed			-2.3622	311.8825	0.0188	-0.2073	0.0877	-0.3799	-0.0346
รวดเร็ว	Equal variances assumed	0.9440	0.3320	-2.4555	313.0000	0.0146	-0.2036	0.0829	-0.3668	-0.0405
	Equal variances not assumed			-2.4761	310.9900	0.0138	-0.2036	0.0822	-0.3655	-0.0418
เสร็จถูกต้อง	Equal variances assumed	0.0457	0.8308	-1.6676	313.0000	0.0964	-0.1339	0.0803	-0.2920	0.0241
	Equal variances not assumed			-1.6715	312.3206	0.0956	-0.1339	0.0801	-0.2916	0.0237
รับอาหารรวดเร็ว	Equal variances assumed	0.0135	0.9075	-2.9247	313.0000	0.0037	-0.2424	0.0829	-0.4055	-0.0793
	Equal variances not assumed			-2.9365	312.9635	0.0036	-0.2424	0.0826	-0.4049	-0.0800
ชำระเงินเร็ว	Equal variances assumed	0.8739	0.3506	-1.8654	313.0000	0.0631	-0.1545	0.0829	-0.3176	0.0085
	Equal variances not assumed			-1.8649	309.8227	0.0631	-0.1545	0.0829	-0.3176	0.0085

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 12 ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ (7P's) จำแนกตามอายุของชาวไทย

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
product	1.264	2	312	.284
price	2.662	2	312	.071
place	4.677	2	312	.010
promotion	2.053	2	312	.130
people	4.285	2	312	.015
process	1.614	2	312	.201
physical	1.905	2	312	.151

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
product	Welch	3.679	2	184.612	.027
price	Welch	2.801	2	181.626	.063
place	Welch	5.820	2	185.374	.004
promotion	Welch	2.360	2	172.951	.098
people	Welch	.574	2	176.558	.565
process	Welch	1.965	2	178.072	.143
physical	Welch	1.078	2	179.182	.343

a. Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มอายุ	(J) กลุ่มอายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
						product	ต่ำกว่า 30 ปี
		มากกว่า 40 ปี	-0.1582	0.0671	0.0574	-0.3199	0.0036
	31-40 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	-0.0076	0.0643	0.9992	-0.1623	0.1471
		มากกว่า 40 ปี	-0.1657*	0.0684	0.0486	-0.3307	-0.0008
	มากกว่า 40 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	0.1582	0.0671	0.0574	-0.0036	0.3199
		31-40 ปี	0.1657	0.0684	0.0486	0.0008	0.3307
price	ต่ำกว่า 30 ปี	31-40 ปี	-0.1257	0.0805	0.3169	-0.3191	0.0677
		มากกว่า 40 ปี	-0.2053	0.0889	0.0650	-0.4198	0.0091
	31-40 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	0.1257	0.0805	0.3169	-0.0677	0.3191
		มากกว่า 40 ปี	-0.0797	0.0874	0.7409	-0.2908	0.1314
	มากกว่า 40 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	0.2053	0.0889	0.0650	-0.0091	0.4198
		31-40 ปี	0.0797	0.0874	0.7409	-0.1314	0.2908
place	ต่ำกว่า 30 ปี	31-40 ปี	0.0231	0.0779	0.9872	-0.1641	0.2103
		มากกว่า 40 ปี	-0.2340*	0.0825	0.0152	-0.4329	-0.0352
	31-40 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	-0.0231	0.0779	0.9872	-0.2103	0.1641
		มากกว่า 40 ปี	-0.2572*	0.0816	0.0058	-0.4540	-0.0603
	มากกว่า 40 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	0.2340*	0.0825	0.0152	0.0352	0.4329
		31-40	0.2572*	0.0816	0.0058	0.0603	0.4540
promotion	ต่ำกว่า 30 ปี	31-40 ปี	0.1494	0.0906	0.2710	-0.0683	0.3671
		มากกว่า 40 ปี	-0.0666	0.1094	0.9041	-0.3309	0.1977
	31-40 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	-0.1494	0.0906	0.2710	-0.3671	0.0683
		มากกว่า 40 ปี	-0.2160	0.1094	0.1429	-0.4803	0.0483
	มากกว่า 40 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	0.0666	0.1094	0.9041	-0.1977	0.3309
		31-40 ปี	0.2160	0.1094	0.1429	-0.0483	0.4803

Dependent Variable	(I) กลุ่มอายุ	(J) กลุ่มอายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
						people	ต่ำกว่า 30 ปี
		มากกว่า 40 ปี	-0.0915	0.0939	0.6998	-0.3182	0.1352
	31-40 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	0.0675	0.0794	0.7788	-0.1234	0.2584
		มากกว่า 40 ปี	-0.0240	0.0906	0.9909	-0.2430	0.1951
	มากกว่า 40	ต่ำกว่า 30 ปี	0.0915	0.0939	0.6998	-0.1352	0.3182
		31-40	0.0240	0.0906	0.9909	-0.1951	0.2430
process	ต่ำกว่า 30 ปี	31-40 ปี	-0.0903	0.0775	0.5682	-0.2766	0.0959
		มากกว่า 40 ปี	-0.1734	0.0885	0.1472	-0.3870	0.0402
	31-40 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	0.0903	0.0775	0.5682	-0.0959	0.2766
		มากกว่า 40 ปี	-0.0831	0.0878	0.7183	-0.2951	0.1290
	มากกว่า 40 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	0.1734	0.0885	0.1472	-0.0402	0.3870
		31-40 ปี	0.0831	0.0878	0.7183	-0.1290	0.2951
physical	ต่ำกว่า 30 ปี	31-40 ปี	0.0537	0.0687	0.8196	-0.1116	0.2189
		มากกว่า 40 ปี	-0.0595	0.0760	0.8179	-0.2429	0.1238
	31-40	ต่ำกว่า 30 ปี	-0.0537	0.0687	0.8196	-0.2189	0.1116
		มากกว่า 40 ปี	-0.1132	0.0772	0.3729	-0.2996	0.0732
	มากกว่า 40 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	0.0595	0.0760	0.8179	-0.1238	0.2429
		31-40 ปี	0.1132	0.0772	0.3729	-0.0732	0.2996

* The mean difference is significant at the .05 level.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 13 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุของชาวไทย

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความหลากหลายของอาหาร	3.371	2	312	.036
รสชาติอาหาร	.166	2	312	.847
ความสะอาด	.786	2	312	.456
ความสดใหม่	4.155	2	312	.017
ชื่อเสียงของร้าน	1.545	2	312	.215
มีรูปภาพประกอบ	5.915	2	312	.003

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
ความหลากหลายของอาหาร	Welch	4.394	2	182.437	.014
รสชาติอาหาร	Welch	.086	2	174.437	.917
ความสะอาด	Welch	2.428	2	179.791	.091
ความสดใหม่	Welch	6.668	2	186.660	.002
ชื่อเสียงของร้าน	Welch	1.519	2	174.904	.222
มีรูปภาพประกอบ	Welch	.315	2	169.300	.730

a. Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มอายุ	(J) กลุ่มอายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ความหลากหลาย	ต่ำกว่า30ปี	31-40	0.0458	0.0945	0.9484	-0.1814	0.2730
		มากกว่า40	-0.2406*	0.0996	0.0495	-0.4808	-0.0004
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	-0.0458	0.0945	0.9484	-0.2730	0.1814
		มากกว่า40	-0.2864*	0.1027	0.0177	-0.5343	-0.0386
	มากกว่า40	ต่ำกว่า30ปี	0.2406*	0.0996	0.0495	0.0004	0.4808
		31-40	0.2864*	0.1027	0.0177	0.0386	0.5343
รสชาติ	ต่ำกว่า30ปี	31-40	0.0108	0.0923	0.9992	-0.2110	0.2326
		มากกว่า40	-0.0339	0.1057	0.9840	-0.2892	0.2214
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	-0.0108	0.0923	0.9992	-0.2326	0.2110
		มากกว่า40	-0.0447	0.1092	0.9679	-0.3084	0.2191
	มากกว่า40	ต่ำกว่า30ปี	0.0339	0.1057	0.9840	-0.2214	0.2892
		31-40	0.0447	0.1092	0.9679	-0.2191	0.3084
สะอาด	ต่ำกว่า30ปี	31-40	0.0760	0.0911	0.7888	-0.1432	0.2952
		มากกว่า40	-0.1451	0.0948	0.3352	-0.3739	0.0836
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	-0.0760	0.0911	0.7888	-0.2952	0.1432
		มากกว่า40	-0.2211	0.1015	0.0892	-0.4658	0.0236
	มากกว่า40	ต่ำกว่า30ปี	0.1451	0.0948	0.3352	-0.0836	0.3739
		31-40	0.2211	0.1015	0.0892	-0.0236	0.4658
สดใหม่	ต่ำกว่า30ปี	31-40	-0.0240	0.0934	0.9916	-0.2485	0.2005
		มากกว่า40	-0.3058*	0.0900	0.0025	-0.5227	-0.0890
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	0.0240	0.0934	0.9916	-0.2005	0.2485
		มากกว่า40	-0.2818	0.0976	0.0131	-0.5171	-0.0465
	มากกว่า40	ต่ำกว่า30ปี	0.3058*	0.0900	0.0025	0.0890	0.5227
		31-40	0.2818*	0.0976	0.0131	0.0465	0.5171

Dependent Variable	(I) กลุ่มอายุ	(J) กลุ่มอายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ชื่อเสียง	ต่ำกว่า30ปี	31-40	0.0196	0.0935	0.9954	-0.2052	0.2444
		มากกว่า40	-0.1635	0.1110	0.3689	-0.4314	0.1045
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	-0.0196	0.0935	0.9954	-0.2444	0.2052
		มากกว่า40	-0.1831	0.1100	0.2659	-0.4489	0.0828
	มากกว่า40	ต่ำกว่า30ปี	0.1635	0.1110	0.3689	-0.1045	0.4314
		31-40	0.1831	0.1100	0.2659	-0.0828	0.4489
มีรูปภาพ	ต่ำกว่า30ปี	31-40	-0.0828	0.1047	0.8139	-0.3344	0.1688
		มากกว่า40	-0.0601	0.1368	0.9607	-0.3906	0.2704
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	0.0828	0.1047	0.8139	-0.1688	0.3344
		มากกว่า40	0.0227	0.1289	0.9973	-0.2895	0.3348
	มากกว่า40	ต่ำกว่า30ปี	0.0601	0.1368	0.9607	-0.2704	0.3906
		31-40	-0.0227	0.1289	0.9973	-0.3348	0.2895

* The mean difference is significant at the .05 level.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 14 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ
ของชาวไทย

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	.197	2	312	.821
ความสะดวกของที่จอดรถ	3.212	2	312	.042
การให้บริการจัดส่งถึงบ้าน	2.777	2	312	.064
ระยะเวลาในการเปิด-ปิดร้าน	5.300	2	312	.005
มีเบอร์โทรศัพท์ที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้	5.610	2	312	.004

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	Welch	3.158	2	176.319	.045
ความสะดวกของที่จอดรถ	Welch	2.355	2	184.666	.098
การให้บริการจัดส่งถึงบ้าน	Welch	1.388	2	174.422	.252
ระยะเวลาในการเปิด-ปิดร้าน	Welch	4.014	2	182.317	.020
มีเบอร์โทรศัพท์ที่ลูกค้าสามารถ ติดต่อได้	Welch	3.529	2	177.892	.031

a. Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มอายุ	(J) กลุ่มอายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ทำเลที่ตั้งสะดวก	ต่ำกว่า30ปี	31-40	0.0536	0.0972	0.9266	-0.1801	0.2873
		มากกว่า40	-0.2202	0.1091	0.1299	-0.4837	0.0434
		31-40	-0.0536	0.0972	0.9266	-0.2873	0.1801
	มากกว่า40	ต่ำกว่า30ปี	0.2202	0.1091	0.1299	-0.0434	0.4837
		31-40	0.2737*	0.1127	0.0481	0.0017	0.5458
		มากกว่า40	-0.2737*	0.1127	0.0481	-0.5458	-0.0017
ที่จอดรถสะดวก	ต่ำกว่า30ปี	31-40	-0.0855	0.1041	0.7964	-0.3358	0.1648
		มากกว่า40	-0.2344	0.1082	0.0921	-0.4955	0.0266
		31-40	0.0855	0.1041	0.7964	-0.1648	0.3358
	มากกว่า40	ต่ำกว่า30ปี	0.2344	0.1082	0.0921	-0.0266	0.4955
		31-40	0.1489	0.1106	0.4475	-0.1180	0.4159
		มากกว่า40	-0.1489	0.1106	0.4475	-0.4159	0.1180
บริการจัดส่ง	ต่ำกว่า30ปี	31-40	0.0326	0.1208	0.9904	-0.2578	0.3230
		มากกว่า40	-0.1980	0.1455	0.4385	-0.5494	0.1534
		31-40	-0.0326	0.1208	0.9904	-0.3230	0.2578
	มากกว่า40	ต่ำกว่า30ปี	0.1980	0.1455	0.4385	-0.1534	0.5494
		31-40	0.2306	0.1425	0.2889	-0.1138	0.5750
		มากกว่า40	-0.2306	0.1425	0.2889	-0.5750	0.1138
เวลาเปิดปิด	ต่ำกว่า30ปี	31-40	0.0495	0.1030	0.9495	-0.1980	0.2971
		มากกว่า40	-0.2511	0.1098	0.0689	-0.5160	0.0139
		31-40	-0.0495	0.1030	0.9495	-0.2971	0.1980
	มากกว่า40	ต่ำกว่า30ปี	-0.3006*	0.1120	0.0239	-0.5708	-0.0304
		31-40	0.2511	0.1098	0.0689	-0.0139	0.5160
		มากกว่า40	0.3006*	0.1120	0.0239	0.0304	0.5708

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัย

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

Dependent Variable	(I) กลุ่มอายุ	(J) กลุ่มอายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
เบอร์โทร	ต่ำกว่า30ปี	31-40	0.0655	0.1130	0.9160	-0.2061	0.3371
		มากกว่า40	-0.2664	0.1313	0.1264	-0.5833	0.0504
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	-0.0655	0.1130	0.9160	-0.3371	0.2061
		มากกว่า40	-0.3319*	0.1272	0.0299	-0.6393	-0.0245
	มากกว่า40	ต่ำกว่า30ปี	0.2664	0.1313	0.1264	-0.0504	0.5833
		31-40	0.3319*	0.1272	0.0299	0.0245	0.6393

* The mean difference is significant at the .05 level.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 15 ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษาของชาวไทย

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
product	3.035	2	312	.049
price	5.855	2	312	.003
place	.627	2	312	.535
promotion	.252	2	312	.777
people	2.327	2	312	.099
process	2.261	2	312	.106
physical	.558	2	312	.573

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
product	Welch	1.007	2	90.461	.369
price	Welch	1.088	2	92.164	.341
place	Welch	.363	2	97.318	.696
promotion	Welch	.124	2	93.841	.883
people	Welch	.715	2	92.054	.492
process	Welch	2.205	2	97.081	.116
physical	Welch	.994	2	95.178	.374

a. Asymptotically F distributed.

ตารางที่ 16 ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ (7P's) จำแนกตามอาชีพของชาวไทย

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
product	.507	3	311	.678
price	2.667	3	311	.048
place	.423	3	311	.737
promotion	.414	3	311	.743
people	2.961	3	311	.032
process	1.946	3	311	.122
physical	1.928	3	311	.125

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
product	Welch	.394	3	150.432	.757
price	Welch	.668	3	149.933	.573
place	Welch	.528	3	152.887	.663
promotion	Welch	.360	3	155.860	.782
people	Welch	1.424	3	150.308	.238
process	Welch	1.113	3	151.069	.346
physical	Welch	.790	3	154.351	.501

a. Asymptotically F distributed.

ตารางที่ 17 ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ (7P's) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของชาวไทย

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
product	.769	3	311	.512
price	3.884	3	311	.009
place	.935	3	311	.424
promotion	.284	3	311	.837
people	2.623	3	311	.051
process	.990	3	311	.398
physical	1.987	3	311	.116

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
product	Welch	2.725	3	122.375	.047
price	Welch	1.158	3	118.371	.329
place	Welch	.204	3	121.768	.893
promotion	Welch	1.881	3	122.098	.136
people	Welch	1.328	3	126.116	.268
process	Welch	1.187	3	120.949	.318
physical	Welch	1.297	3	124.234	.279

a. Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มรายได้	(J) กลุ่มรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
product	ต่ำกว่า 10000	10000-20000	0.0311	0.0821	0.9993	-0.1895	0.2517
		20001-30000	0.0002	0.0955	1.0000	-0.2553	0.2556
		สูงกว่า 30000	-0.1905	0.0994	0.2987	-0.4571	0.0761
	10000-20000	ต่ำกว่า 10000	-0.0311	0.0821	0.9993	-0.2517	0.1895
		20001-30000	-0.0310	0.0727	0.9987	-0.2255	0.1636
		สูงกว่า 30000	-0.2216*	0.0778	0.0335	-0.4318	-0.0115
	20001-30000	ต่ำกว่า 10000	-0.0002	0.0955	1.0000	-0.2556	0.2553
		10000-20000	0.0310	0.0727	0.9987	-0.1636	0.2255
		สูงกว่า 30000	-0.1907	0.0918	0.2170	-0.4370	0.0557
	สูงกว่า 30000	ต่ำกว่า 10000	0.1905	0.0994	0.2987	-0.0761	0.4571
		10000-20000	0.2216*	0.0778	0.0335	0.0115	0.4318
		20001-30000	0.1907	0.0918	0.2170	-0.0557	0.4370
price	ต่ำกว่า 10000	10000-20000	0.0134	0.1086	1.0000	-0.2790	0.3057
		20001-30000	0.0036	0.1273	1.0000	-0.3369	0.3441
		สูงกว่า 30000	-0.1763	0.1350	0.7204	-0.5382	0.1856
	10000-20000	ต่ำกว่า 10000	-0.0134	0.1086	1.0000	-0.3057	0.2790
		20001-30000	-0.0098	0.0928	1.0000	-0.2583	0.2388
		สูงกว่า 30000	-0.1897	0.1031	0.3474	-0.4689	0.0895
	20001-30000	ต่ำกว่า 10000	-0.0036	0.1273	1.0000	-0.3441	0.3369
		10000-20000	0.0098	0.0928	1.0000	-0.2388	0.2583
		สูงกว่า 30000	-0.1799	0.1226	0.6040	-0.5089	0.1491
	สูงกว่า 30000	ต่ำกว่า 10000	0.1763	0.1350	0.7204	-0.1856	0.5382
		10000-20000	0.1897	0.1031	0.3474	-0.0895	0.4689
		20001-30000	0.1799	0.1226	0.6040	-0.1491	0.5089

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

Dependent Variable	(I) กลุ่มรายได้	(J) กลุ่มรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
place	ต่ำกว่า 10000	10000-20000	0.0541	0.0976	0.9942	-0.2079	0.3160
		20001-30000	0.0882	0.1177	0.9727	-0.2264	0.4028
		สูงกว่า 30000	0.0307	0.1211	0.9999	-0.2942	0.3555
	10000-20000	ต่ำกว่า 10000	-0.0541	0.0976	0.9942	-0.3160	0.2079
		20001-30000	0.0342	0.0934	0.9994	-0.2158	0.2841
		สูงกว่า 30000	-0.0234	0.0976	0.9999	-0.2873	0.2405
	20001-30000	ต่ำกว่า 10000	-0.0882	0.1177	0.9727	-0.4028	0.2264
		10000-20000	-0.0342	0.0934	0.9994	-0.2841	0.2158
		สูงกว่า 30000	-0.0576	0.1178	0.9971	-0.3733	0.2582
สูงกว่า 30000	ต่ำกว่า 10000	-0.0307	0.1211	0.9999	-0.3555	0.2942	
	10000-20000	0.0234	0.0976	0.9999	-0.2405	0.2873	
	20001-30000	0.0576	0.1178	0.9971	-0.2582	0.3733	
promotion	ต่ำกว่า 10000	10000-20000	0.0159	0.1116	1.0000	-0.2831	0.3149
		20001-30000	0.1916	0.1312	0.6093	-0.1592	0.5423
		สูงกว่า 30000	0.2503	0.1487	0.4474	-0.1492	0.6498
	10000-20000	ต่ำกว่า 10000	-0.0159	0.1116	1.0000	-0.3149	0.2831
		20001-30000	0.1756	0.1069	0.4739	-0.1100	0.4613
		สูงกว่า 30000	0.2344	0.1277	0.3503	-0.1114	0.5801
	20001-30000	ต่ำกว่า 10000	-0.1916	0.1312	0.6093	-0.5423	0.1592
		10000-20000	-0.1756	0.1069	0.4739	-0.4613	0.1100
		สูงกว่า 30000	0.0587	0.1452	0.9990	-0.3315	0.4489
	สูงกว่า 30000	ต่ำกว่า 10000	-0.2503	0.1487	0.4474	-0.6498	0.1492
		10000-20000	-0.2344	0.1277	0.3503	-0.5801	0.1114
		20001-30000	-0.0587	0.1452	0.9990	-0.4489	0.3315

Dependent Variable	(I) กลุ่มรายได้	(J) กลุ่มรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
people	ต่ำกว่า 10000	10000-20000	0.0049	0.1067	1.0000	-0.2815	0.2912
		20001-30000	-0.1015	0.1143	0.9390	-0.4077	0.2047
		สูงกว่า 30000	-0.1760	0.1274	0.6673	-0.5176	0.1657
	10000-20000	ต่ำกว่า 10000	-0.0049	0.1067	1.0000	-0.2912	0.2815
		20001-30000	-0.1063	0.0853	0.7615	-0.3338	0.1212
		สูงกว่า 30000	-0.1808	0.1022	0.3902	-0.4564	0.0947
process	20001-30000	ต่ำกว่า 10000	0.1015	0.1143	0.9390	-0.2047	0.4077
		10000-20000	0.1063	0.0853	0.7615	-0.1212	0.3338
		สูงกว่า 30000	-0.0745	0.1101	0.9835	-0.3705	0.2215
	สูงกว่า 30000	ต่ำกว่า 10000	0.1760	0.1274	0.6673	-0.1657	0.5176
		10000-20000	0.1808	0.1022	0.3902	-0.0947	0.4564
		20001-30000	0.0745	0.1101	0.9835	-0.2215	0.3705
process	ต่ำกว่า 10000	10000-20000	-0.1114	0.0929	0.7907	-0.3604	0.1375
		20001-30000	-0.1374	0.1138	0.7861	-0.4414	0.1666
		สูงกว่า 30000	-0.2298	0.1241	0.3371	-0.5632	0.1036
	10000-20000	ต่ำกว่า 10000	0.1114	0.0929	0.7907	-0.1375	0.3604
		20001-30000	-0.0259	0.0937	0.9999	-0.2768	0.2249
		สูงกว่า 30000	-0.1184	0.1061	0.8393	-0.4056	0.1689
	20001-30000	ต่ำกว่า 10000	0.1374	0.1138	0.7861	-0.1666	0.4414
		10000-20000	0.0259	0.0937	0.9999	-0.2249	0.2768
		สูงกว่า 30000	-0.0924	0.1248	0.9740	-0.4273	0.2425
	สูงกว่า 30000	ต่ำกว่า 10000	0.2298	0.1241	0.3371	-0.1036	0.5632
		10000-20000	0.1184	0.1061	0.8393	-0.1689	0.4056
		20001-30000	0.0924	0.1248	0.9740	-0.2425	0.4273

Dependent Variable	(I) กลุ่มรายได้	(J) กลุ่มรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
physical	ต่ำกว่า 10000	10000-20000	0.0836	0.0920	0.9319	-0.1636	0.3307
		20001-30000	0.1599	0.1030	0.5411	-0.1158	0.4355
		สูงกว่า 30000	-0.0030	0.1079	1.0000	-0.2923	0.2863
	10000-20000	ต่ำกว่า 10000	-0.0836	0.0920	0.9319	-0.3307	0.1636
		20001-30000	0.0763	0.0758	0.8947	-0.1262	0.2787
		สูงกว่า 30000	-0.0866	0.0823	0.8728	-0.3086	0.1354
	20001-30000	ต่ำกว่า 10000	-0.1599	0.1030	0.5411	-0.4355	0.1158
		10000-20000	-0.0763	0.0758	0.8947	-0.2787	0.1262
		สูงกว่า 30000	-0.1629	0.0945	0.4188	-0.4164	0.0906
	สูงกว่า 30000	ต่ำกว่า 10000	0.0030	0.1079	1.0000	-0.2863	0.2923
		10000-20000	0.0866	0.0823	0.8728	-0.1354	0.3086
		20001-30000	0.1629	0.0945	0.4188	-0.0906	0.4164

* The mean difference is significant at the .05 level.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 18 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย
ต่อเดือนของชาวไทย

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความหลากหลายของ รายการอาหาร	4.200	3	311	.006
รสชาติอาหาร	3.690	3	311	.012
ความสะอาดของอาหาร	3.692	3	311	.012
ความสด/ใหม่ของวัตถุดิบ	3.842	3	311	.010
ชื่อเสียงของร้าน	1.786	3	311	.150
มีรูปภาพประกอบ	1.565	3	311	.198

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
ความหลากหลายของ รายการอาหาร	Welch	2.059	3	114.950	.110
รสชาติอาหาร	Welch	8.961	3	129.130	.000
ความสะอาดของอาหาร	Welch	6.448	3	129.784	.000
ความสด/ใหม่ของวัตถุดิบ	Welch	6.878	3	129.562	.000
ชื่อเสียงของร้าน	Welch	.980	3	123.360	.404
มีรูปภาพประกอบ	Welch	.079	3	123.899	.971

a. Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มรายได้	(J) กลุ่มรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
						ความหลากหลาย	ต่ำกว่า 10000
		20001-30000	0.1122	0.1443	0.9672	-0.2735	0.4980
		สูงกว่า 30000	-0.2438	0.1631	0.5836	-0.6816	0.1940
	10000-20000	ต่ำกว่า 10000	-0.0591	0.1200	0.9969	-0.3821	0.2640
		20001-30000	0.0531	0.1073	0.9969	-0.2344	0.3406
		สูงกว่า 30000	-0.3029	0.1315	0.1373	-0.6603	0.0545
	20001-30000	ต่ำกว่า 10000	-0.1122	0.1443	0.9672	-0.4980	0.2735
		10000-20000	-0.0531	0.1073	0.9969	-0.3406	0.2344
		สูงกว่า 30000	-0.3561	0.1539	0.1290	-0.7698	0.0577
	สูงกว่า 30000	ต่ำกว่า 10000	0.2438	0.1631	0.5836	-0.1940	0.6816
		10000-20000	0.3029	0.1315	0.1373	-0.0545	0.6603
		20001-30000	0.3561	0.1539	0.1290	-0.0577	0.7698
รสชาติ	ต่ำกว่า 10000	10000-20000	0.0077	0.1164	1.0000	-0.3047	0.3200
		20001-30000	0.0270	0.1380	1.0000	-0.3419	0.3958
		สูงกว่า 30000	-0.4503*	0.1272	0.0036	-0.7915	-0.1092
	10000-20000	ต่ำกว่า 10000	-0.0077	0.1164	1.0000	-0.3200	0.3047
		20001-30000	0.0193	0.1097	1.0000	-0.2740	0.3127
		สูงกว่า 30000	-0.4580*	0.0957	0.0000	-0.7149	-0.2010
	20001-30000	ต่ำกว่า 10000	-0.0270	0.1380	1.0000	-0.3958	0.3419
		10000-20000	-0.0193	0.1097	1.0000	-0.3127	0.2740
		สูงกว่า 30000	-0.4773*	0.1211	0.0009	-0.8015	-0.1530
	สูงกว่า 30000	ต่ำกว่า 10000	0.4503*	0.1272	0.0036	0.1092	0.7915
		10000-20000	0.4580*	0.0957	0.0000	0.2010	0.7149
		20001-30000	0.4773*	0.1211	0.0009	0.1530	0.8015

Dependent Variable	(I) กลุ่มรายได้	(J) กลุ่มรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
สะอาด	ต่ำกว่า 10000	10000-20000	0.0614	0.1158	0.9954	-0.2496	0.3725
		20001-30000	-0.0077	0.1364	1.0000	-0.3723	0.3569
		สูงกว่า 30000	-0.3259	0.1242	0.0586	-0.6591	0.0074
	10000-20000	ต่ำกว่า 10000	-0.0614	0.1158	0.9954	-0.3725	0.2496
		20001-30000	-0.0691	0.1061	0.9865	-0.3530	0.2147
		สูงกว่า 30000	-0.3873*	0.0899	0.0002	-0.6284	-0.1462
	20001-30000	ต่ำกว่า 10000	0.0077	0.1364	1.0000	-0.3569	0.3723
		10000-20000	0.0691	0.1061	0.9865	-0.2147	0.3530
		สูงกว่า 30000	-0.3182*	0.1152	0.0396	-0.6266	-0.0097
	สูงกว่า 30000	ต่ำกว่า 10000	0.3259	0.1242	0.0586	-0.0074	0.6591
		10000-20000	0.3873*	0.0899	0.0002	0.1462	0.6284
		20001-30000	0.3182*	0.1152	0.0396	0.0097	0.6266
สลดใหม่	ต่ำกว่า 10000	10000-20000	-0.0471	0.1138	0.9988	-0.3523	0.2580
		20001-30000	-0.1549	0.1327	0.8112	-0.5096	0.1999
		สูงกว่า 30000	-0.4503*	0.1249	0.0029	-0.7852	-0.1154
	10000-20000	ต่ำกว่า 10000	0.0471	0.1138	0.9988	-0.2580	0.3523
		20001-30000	-0.1077	0.1056	0.8887	-0.3901	0.1747
		สูงกว่า 30000	-0.4032*	0.0956	0.0003	-0.6599	-0.1465
	20001-30000	ต่ำกว่า 10000	0.1549	0.1327	0.8112	-0.1999	0.5096
		10000-20000	0.1077	0.1056	0.8887	-0.1747	0.3901
		สูงกว่า 30000	-0.2955	0.1175	0.0773	-0.6102	0.0193
	สูงกว่า 30000	ต่ำกว่า 10000	0.4503*	0.1249	0.0029	0.1154	0.7852
		10000-20000	0.4032*	0.0956	0.0003	0.1465	0.6599
		20001-30000	0.2955	0.1175	0.0773	-0.0193	0.6102

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

Dependent Variable	(I) กลุ่มรายได้	(J) กลุ่มรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ชื่อเสียง	ต่ำกว่า 10000	10000-20000	0.0612	0.1124	0.9948	-0.2396	0.3620
		20001-30000	0.0149	0.1218	1.0000	-0.3109	0.3407
		สูงกว่า 30000	0.2573	0.1618	0.5144	-0.1785	0.6931
	10000-20000	ต่ำกว่า 10000	-0.0612	0.1124	0.9948	-0.3620	0.2396
		20001-30000	-0.0463	0.0994	0.9978	-0.3112	0.2187
		สูงกว่า 30000	0.1961	0.1457	0.6927	-0.1990	0.5912
	20001-30000	ต่ำกว่า 10000	-0.0149	0.1218	1.0000	-0.3407	0.3109
		10000-20000	0.0463	0.0994	0.9978	-0.2187	0.3112
		สูงกว่า 30000	0.2424	0.1531	0.5199	-0.1712	0.6560
	สูงกว่า 30000	ต่ำกว่า 10000	-0.2573	0.1618	0.5144	-0.6931	0.1785
		10000-20000	-0.1961	0.1457	0.6927	-0.5912	0.1990
		20001-30000	-0.2424	0.1531	0.5199	-0.6560	0.1712
มีรูปภาพ	ต่ำกว่า 10000	10000-20000	0.0446	0.1421	0.9998	-0.3364	0.4256
		20001-30000	0.0095	0.1505	1.0000	-0.3936	0.4126
		สูงกว่า 30000	0.0701	0.1853	0.9993	-0.4274	0.5676
	10000-20000	ต่ำกว่า 10000	-0.0446	0.1421	0.9998	-0.4256	0.3364
		20001-30000	-0.0351	0.1136	0.9998	-0.3378	0.2676
		สูงกว่า 30000	0.0255	0.1568	1.0000	-0.3988	0.4498
	20001-30000	ต่ำกว่า 10000	-0.0095	0.1505	1.0000	-0.4126	0.3936
		10000-20000	0.0351	0.1136	0.9998	-0.2676	0.3378
		สูงกว่า 30000	0.0606	0.1645	0.9994	-0.3831	0.5043
	สูงกว่า 30000	ต่ำกว่า 10000	-0.0701	0.1853	0.9993	-0.5676	0.4274
		10000-20000	-0.0255	0.1568	1.0000	-0.4498	0.3988
		20001-30000	-0.0606	0.1645	0.9994	-0.5043	0.3831

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 19 ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ (7P's) จำแนกตามเพศของชาวต่างชาติ

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
product	Equal variances assumed	2.8246	0.0966	1.3568	83.0000	0.1785	0.0687	0.0506	-0.0320	0.1694
	Equal variances not assumed			1.3906	82.5524	0.1681	0.0687	0.0494	-0.0296	0.1670
price	Equal variances assumed	15.2218	0.0002	-1.3570	83.0000	0.1785	-0.1143	0.0842	-0.2818	0.0532
	Equal variances not assumed			-1.4204	82.2176	0.1593	-0.1143	0.0805	-0.2744	0.0458
place	Equal variances assumed	22.6658	0.0000	-3.2988	83.0000	0.0014	-0.1812	0.0549	-0.2904	-0.0719
	Equal variances not assumed			-2.9885	43.9195	0.0046	-0.1812	0.0606	-0.3034	-0.0590
promotion	Equal variances assumed	11.5130	0.0011	-0.4397	83.0000	0.6613	-0.0304	0.0692	-0.1680	0.1071
	Equal variances not assumed			-0.4031	47.3615	0.6887	-0.0304	0.0754	-0.1821	0.1213
people	Equal variances assumed	0.0765	0.7828	-0.2777	83.0000	0.7820	-0.0210	0.0757	-0.1716	0.1296
	Equal variances not assumed			-0.2772	77.1493	0.7823	-0.0210	0.0758	-0.1720	0.1300
process	Equal variances assumed	33.9071	0.0000	3.6696	83.0000	0.0004	0.1155	0.0315	0.0529	0.1782
	Equal variances not assumed			3.2997	41.9414	0.0020	0.1155	0.0350	0.0449	0.1862
physical	Equal variances assumed	1.8144	0.1817	-1.3150	83.0000	0.1921	-0.0932	0.0709	-0.2341	0.0478
	Equal variances not assumed			-1.2819	68.9025	0.2042	-0.0932	0.0727	-0.2382	0.0518

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 20 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศของชาวต่างชาติ

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ทำเลที่ตั้งสะดวก	Equal variances assumed	0.0522	0.8199	-3.5238	83.0000	0.0007	-0.3632	0.1031	-0.5682	-0.1582
	Equal variances not assumed			-3.5178	77.0768	0.0007	-0.3632	0.1032	-0.5687	-0.1576
ที่จอดรถสะดวก	Equal variances assumed	93.3992	0.0000	-4.1692	83.0000	0.0001	-0.3429	0.0822	-0.5065	-0.1793
	Equal variances not assumed			-3.8476	49.3431	0.0003	-0.3429	0.0891	-0.5220	-0.1638
บริการจัดส่ง	Equal variances assumed	33.5477	0.0000	-0.0190	83.0000	0.9849	-0.0023	0.1187	-0.2383	0.2338
	Equal variances not assumed			-0.0172	43.5383	0.9864	-0.0023	0.1312	-0.2667	0.2622
เวลาเปิดปิด	Equal variances assumed	17.3595	0.0001	0.0000	83.0000	1.0000	0.0000	0.0759	-0.1510	0.1510
	Equal variances not assumed			0.0000	36.0000	1.0000	0.0000	0.0866	-0.1757	0.1757
เบอร์โทร	Equal variances assumed	25.3614	0.0000	-1.9882	83.0000	0.0501	-0.1976	0.0994	-0.3954	0.0001
	Equal variances not assumed			-1.8041	44.3738	0.0780	-0.1976	0.1095	-0.4184	0.0231

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 21 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศของชาวต่างชาติ

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
พักท่าย	Equal variances assumed	18.5256	0.0000	2.0573	83.0000	0.0428	0.1599	0.0777	0.0053	0.3145
	Equal variances not assumed			1.9480	58.0322	0.0563	0.1599	0.0821	-0.0044	0.3242
รวดเร็ว	Equal variances assumed	41.1484	0.0000	2.7062	83.0000	0.0083	0.1351	0.0499	0.0358	0.2345
	Equal variances not assumed			2.3717	36.0000	0.0232	0.1351	0.0570	0.0196	0.2507
เสิร์ฟถูกต้อง	Equal variances assumed	41.1484	0.0000	2.7062	83.0000	0.0083	0.1351	0.0499	0.0358	0.2345
	Equal variances not assumed			2.3717	36.0000	0.0232	0.1351	0.0570	0.0196	0.2507
ชำระเงินเร็ว	Equal variances assumed	23.4795	0.0000	2.2296	83.0000	0.0285	0.1475	0.0662	0.0159	0.2791
	Equal variances not assumed			2.0636	50.2566	0.0442	0.1475	0.0715	0.0040	0.2911

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 22 ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ (7P's) จำแนกตามสถานภาพของชาวต่างชาติ

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
product	Equal variances assumed	0.7823	0.3790	-0.0302	83.0000	0.9760	-0.0016	0.0527	-0.1065	0.1033
	Equal variances not assumed			-0.0313	69.3670	0.9751	-0.0016	0.0509	-0.1032	0.1000
price	Equal variances assumed	16.9579	0.0001	-0.3988	83.0000	0.6911	-0.0349	0.0876	-0.2092	0.1393
	Equal variances not assumed			-0.3637	47.4125	0.7177	-0.0349	0.0961	-0.2282	0.1583
place	Equal variances assumed	0.0429	0.8363	1.6590	83.0000	0.1009	0.0982	0.0592	-0.0195	0.2159
	Equal variances not assumed			1.6582	62.5585	0.1023	0.0982	0.0592	-0.0202	0.2166
promotion	Equal variances assumed	0.7002	0.4051	1.9779	83.0000	0.0513	0.1378	0.0697	-0.0008	0.2765
	Equal variances not assumed			1.9526	60.2298	0.0555	0.1378	0.0706	-0.0034	0.2790
people	Equal variances assumed	1.7759	0.1863	0.1046	83.0000	0.9169	0.0082	0.0780	-0.1470	0.1633
	Equal variances not assumed			0.1013	56.7576	0.9196	0.0082	0.0806	-0.1532	0.1695
process	Equal variances assumed	1.4244	0.2361	-0.3865	83.0000	0.7001	-0.0135	0.0349	-0.0830	0.0560
	Equal variances not assumed			-0.3559	48.7837	0.7234	-0.0135	0.0379	-0.0897	0.0627
physical	Equal variances assumed	0.9929	0.3219	1.8157	83.0000	0.0730	0.1313	0.0723	-0.0125	0.2752
	Equal variances not assumed			1.8314	64.2891	0.0717	0.1313	0.0717	-0.0119	0.2746

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 23 ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ (7P's) จำแนกตามอายุของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
product	1.892	2	82	.157
price	.146	2	82	.864
place	6.933	2	82	.002
promotion	1.375	2	82	.259
people	.174	2	82	.840
process	8.733	2	82	.000
physical	2.453	2	82	.092

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
product	Welch	.168	2	31.796	.846
price	Welch	2.682	2	33.672	.083
place	Welch	7.500	2	30.988	.002
promotion	Welch	1.354	2	31.133	.273
people	Welch	.539	2	32.925	.588
process	Welch	1.199	2	30.447	.315
physical	Welch	11.137	2	40.099	.000

a. Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มอายุ	(J) กลุ่มอายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
product	ต่ำกว่า30ปี	31-40	0.0025	0.0703	1.0000	-0.1797	0.1847
		มากกว่า40ปี	0.0377	0.0827	0.9559	-0.1708	0.2462
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	-0.0025	0.0703	1.0000	-0.1847	0.1797
		มากกว่า40ปี	0.0352	0.0627	0.9225	-0.1208	0.1912
	มากกว่า40ปี	ต่ำกว่า30ปี	-0.0377	0.0827	0.9559	-0.2462	0.1708
		31-40	-0.0352	0.0627	0.9225	-0.1912	0.1208
price	ต่ำกว่า30ปี	31-40	0.1755	0.1163	0.3670	-0.1241	0.4752
		มากกว่า40ปี	0.2917	0.1251	0.0795	-0.0267	0.6100
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	-0.1755	0.1163	0.3670	-0.4752	0.1241
		มากกว่า40ปี	0.1161	0.0927	0.5133	-0.1125	0.3448
	มากกว่า40ปี	ต่ำกว่า30ปี	-0.2917	0.1251	0.0795	-0.6100	0.0267
		31-40	-0.1161	0.0927	0.5133	-0.3448	0.1125
place	ต่ำกว่า30ปี	31-40	0.0897	0.1021	0.7635	-0.1780	0.3574
		มากกว่า40ปี	0.2429	0.0972	0.0702	-0.0172	0.5029
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	-0.0897	0.1021	0.7635	-0.3574	0.1780
		มากกว่า40ปี	0.1532*	0.0463	0.0045	0.0400	0.2664
	มากกว่า40ปี	ต่ำกว่า30ปี	-0.2429	0.0972	0.0702	-0.5029	0.0172
		31-40	-0.1532*	0.0463	0.0045	-0.2664	-0.0400
promotion	ต่ำกว่า30ปี	31-40	0.1972	0.1230	0.3241	-0.1266	0.5210
		มากกว่า40ปี	0.1994	0.1242	0.3220	-0.1266	0.5254
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	-0.1972	0.1230	0.3241	-0.5210	0.1266
		มากกว่า40ปี	0.0022	0.0648	1.0000	-0.1569	0.1613
	มากกว่า40ปี	ต่ำกว่า30ปี	-0.1994	0.1242	0.3220	-0.5254	0.1266
		31-40	-0.0022	0.0648	1.0000	-0.1613	0.1569

Dependent Variable	(I) กลุ่มอายุ	(J) กลุ่มอายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
						people	ต่ำกว่า30ปี
		มากกว่า40ปี	0.1131	0.1177	0.7107	-0.1860	0.4122
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	-0.1051	0.1074	0.7001	-0.3827	0.1725
		มากกว่า40ปี	0.0080	0.0860	0.9996	-0.2047	0.2206
	มากกว่า40ปี	ต่ำกว่า30ปี	-0.1131	0.1177	0.7107	-0.4122	0.1860
		31-40	-0.0080	0.0860	0.9996	-0.2206	0.2047
process	ต่ำกว่า30ปี	31-40	-0.0933	0.0699	0.4748	-0.2792	0.0926
		มากกว่า40ปี	-0.1071	0.0693	0.3568	-0.2922	0.0779
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	0.0933	0.0699	0.4748	-0.0926	0.2792
		มากกว่า40ปี	-0.0138	0.0271	0.9405	-0.0803	0.0526
	มากกว่า40ปี	ต่ำกว่า30ปี	0.1071	0.0693	0.3568	-0.0779	0.2922
		31-40	0.0138	0.0271	0.9405	-0.0526	0.0803
physical	ต่ำกว่า30ปี	31-40	0.3321*	0.0751	0.0003	0.1440	0.5201
		มากกว่า40ปี	0.3075*	0.0800	0.0016	0.1068	0.5083
	31-40	ต่ำกว่า30ปี	-0.3321*	0.0751	0.0003	-0.5201	-0.1440
		มากกว่า40ปี	-0.0245	0.0753	0.9831	-0.2096	0.1605
	มากกว่า40ปี	ต่ำกว่า30ปี	-0.3075*	0.0800	0.0016	-0.5083	-0.1068
		31-40	0.0245	0.0753	0.9831	-0.1605	0.2096

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 24 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ
ของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ทำเลที่ตั้งสะดวก	3.718	2	82	.028
ความสะดวกของที่จอดรถ	22.103	2	82	.000
การให้บริการจัดส่งถึงบ้าน	4.214	2	82	.018
ระยะเวลาในการเปิด-ปิดร้าน	8.312	2	82	.001
มีเบอร์โทรศัพท์ที่ให้ลูกค้า สามารถติดต่อได้	9.868	2	82	.000

Robust Tests of Equality of Means(b,c)

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
ทำเลที่ตั้งสะดวก	Welch	2.811	2	34.113	.074
ความสะดวกของที่จอดรถ	Welch
การให้บริการจัดส่งถึงบ้าน	Welch	1.984	2	31.447	.154
ระยะเวลาในการเปิด-ปิดร้าน	Welch
มีเบอร์โทรศัพท์ที่ให้ลูกค้า สามารถติดต่อได้	Welch	3.775	2	28.068	.035

a Asymptotically F distributed.

b Robust tests of equality of means cannot be performed for ความสะดวกของที่จอดรถ because at least one group has 0 variance.

c Robust tests of equality of means cannot be performed for ระยะเวลาในการเปิด-ปิดร้าน because at least one group has 0 variance.

ตารางที่ 25 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอายุของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
สถานที่ตกแต่งสวยงาม	3.065	2	82	.052
ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้	62.998	2	82	.000
ห้องน้ำสะอาด	175.354	2	82	.000
จำนวนโต๊ะ เก้าอี้มีให้บริการอย่างเพียงพอ	5.060	2	82	.008
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสารไว้บริการลูกค้า	.772	2	82	.465
ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน	.995	2	82	.374

Robust Tests of Equality of Means(b,c)

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
สถานที่ตกแต่งสวยงาม	Welch	4.398	2	32.267	.020
ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้	Welch
ห้องน้ำสะอาด	Welch
จำนวนโต๊ะ เก้าอี้มีให้บริการอย่างเพียงพอ	Welch	10.116	2	31.834	.000
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสารไว้บริการลูกค้า	Welch	.247	2	32.945	.783
ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน	Welch	.890	2	31.529	.421

a Asymptotically F distributed.

b Robust tests of equality of means cannot be performed for ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้ because at least one group has 0 variance.

c Robust tests of equality of means cannot be performed for ห้องน้ำสะอาด because at least one group has 0 variance.

ตารางที่ 26 ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ(7P's) จำแนกตามระดับการศึกษาของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
product	.021	2	82	.979
price	.635	2	82	.533
place	18.790	2	82	.000
promotion	.222	2	82	.801
people	.281	2	82	.756
process	6.116	2	82	.003
physical	.890	2	82	.415

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
product	Welch	.098	2	35.458	.907
price	Welch	1.293	2	35.446	.287
place	Welch	10.264	2	26.084	.001
promotion	Welch	5.041	2	36.811	.012
people	Welch	.028	2	34.222	.972
process	Welch	2.019	2	30.279	.150
physical	Welch	9.442	2	37.585	.000

a. Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มการศึกษา	(J) กลุ่มการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
						product	ต่ำกว่าป.ตรี
		สูงกว่าป.ตรี	-0.0227	0.0772	0.9874	-0.2195	0.1742
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	0.0327	0.0737	0.9588	-0.1571	0.2225
		สูงกว่าป.ตรี	0.0101	0.0563	0.9971	-0.1279	0.1481
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.0227	0.0772	0.9874	-0.1742	0.2195
		ป.ตรี	-0.0101	0.0563	0.9971	-0.1481	0.1279
price	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	0.2018	0.1251	0.3119	-0.1195	0.5230
		สูงกว่าป.ตรี	-0.1336	0.1246	0.6386	-0.1868	0.4541
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.2018	0.1251	0.3119	-0.5230	0.1195
		สูงกว่าป.ตรี	-0.0681	0.0896	0.8308	-0.2873	0.1510
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.1336	0.1246	0.6386	-0.4541	0.1868
		ป.ตรี	0.0681	0.0896	0.8308	-0.1510	0.2873
place	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	0.3093*	0.1114	0.0436	0.0081	0.6105
		สูงกว่าป.ตรี	0.1207	0.1203	0.6845	-0.1941	0.4356
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.3093*	0.1114	0.0436	-0.6105	-0.0081
		สูงกว่าป.ตรี	-0.1885*	0.0501	0.0018	-0.3137	-0.0634
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.1207	0.1203	0.6845	-0.4356	0.1941
		ป.ตรี	0.1885*	0.0501	0.0018	0.0634	0.3137
promotion	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	0.2018	0.0929	0.1108	-0.0346	0.4382
		สูงกว่าป.ตรี	0.2909*	0.0908	0.0114	0.0583	0.5235
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.2018	0.0929	0.1108	-0.4382	0.0346
		สูงกว่าป.ตรี	0.0891	0.0711	0.5120	-0.0848	0.2631
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.2909*	0.0908	0.0114	-0.5235	-0.0583
		ป.ตรี	-0.0891	0.0711	0.5120	-0.2631	0.0848

Dependent Variable	(I) กลุ่มการศึกษา	(J) กลุ่มการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
people	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	-0.0149	0.1184	0.9990	-0.3218	0.2921
		สูงกว่าป.ตรี	-0.0276	0.1215	0.9940	-0.3405	0.2852
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	0.0149	0.1184	0.9990	-0.2921	0.3218
		สูงกว่าป.ตรี	-0.0128	0.0809	0.9980	-0.2108	0.1853
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	0.0276	0.1215	0.9940	-0.2852	0.3405
		ป.ตรี	0.0128	0.0809	0.9980	-0.1853	0.2108
process	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	-0.0436	0.0637	0.8694	-0.2096	0.1225
		สูงกว่าป.ตรี	-0.0899	0.0596	0.3776	-0.2494	0.0697
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	0.0436	0.0637	0.8694	-0.1225	0.2096
		สูงกว่าป.ตรี	-0.0463	0.0303	0.3436	-0.1208	0.0282
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	0.0899	0.0596	0.3776	-0.0697	0.2494
		ป.ตรี	0.0463	0.0303	0.3436	-0.0282	0.1208
physical	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	0.3208*	0.0807	0.0016	0.1149	0.5268
		สูงกว่าป.ตรี	0.3602*	0.0923	0.0013	0.1288	0.5916
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.3208*	0.0807	0.0016	-0.5268	-0.1149
		สูงกว่าป.ตรี	0.0394	0.0767	0.9392	-0.1492	0.2280
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.3602*	0.0923	0.0013	-0.5916	-0.1288
		ป.ตรี	-0.0394	0.0767	0.9392	-0.2280	0.1492

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 27 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษาของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ทำเลที่ตั้งสะดวก	1.457	2	82	.239
ความสะดวกของที่จอดรถ	17.276	2	82	.000
การให้บริการจัดส่งถึงบ้าน	.102	2	82	.903
ระยะเวลาในการเปิด-ปิดร้าน	5.612	2	82	.005
มีเบอร์โทรศัพท์ที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้	4.617	2	82	.013

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
ทำเลที่ตั้งสะดวก	Welch	6.790	2	34.500	.003
ความสะดวกของที่จอดรถ	Welch	6.611	2	29.840	.004
การให้บริการจัดส่งถึงบ้าน	Welch	2.816	2	31.931	.075
ระยะเวลาในการเปิด-ปิดร้าน	Welch	2.627	2	30.348	.089
มีเบอร์โทรศัพท์ที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้	Welch	1.662	2	32.382	.206

a. Asymptotically F distributed.

ตารางที่ 28 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสื่อสารตลาดบริการ จำแนกตามระดับการศึกษาของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การจัดทำบัตรสมาชิก	.586	2	82	.559
การแนะนำออกต่อจากบุคคลที่เคยใช้บริการ	.985	2	82	.378
การส่งเสริมการขาย	.240	2	82	.787
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	40.180	2	82	.000

Robust Tests of Equality of Means(b)

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
การจัดทำบัตรสมาชิก	Welch	3.935	2	39.765	.028
การแนะนำออกต่อจากบุคคลที่เคยใช้บริการ	Welch	2.055	2	32.970	.144
การส่งเสริมการขาย	Welch	2.791	2	37.692	.074
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	Welch

a. Asymptotically F distributed.

b. Robust tests of equality of means cannot be performed for การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ because at least one group has 0 variance.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มการศึกษา	(J) กลุ่มการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ทำเลที่ตั้งสะดวก	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	0.2964	0.1548	0.1888	-0.1042	0.6971
		สูงกว่าป.ตรี	-0.1060	0.1616	0.8829	-0.5201	0.3081
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.2964	0.1548	0.1888	-0.6971	0.1042
		สูงกว่าป.ตรี	-0.4024*	0.1113	0.0018	-0.6752	-0.1296
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	0.1060	0.1616	0.8829	-0.3081	0.5201
		ป.ตรี	0.4024*	0.1113	0.0018	0.1296	0.6752
ที่จอดรถสะดวก	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	0.4964*	0.1436	0.0099	0.1147	0.8782
		สูงกว่าป.ตรี	0.3456	0.1571	0.1093	-0.0595	0.7508
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.4964*	0.1436	0.0099	-0.8782	-0.1147
		สูงกว่าป.ตรี	-0.1508	0.0872	0.2441	-0.3663	0.0647
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.3456	0.1571	0.1093	-0.7508	0.0595
		ป.ตรี	0.1508	0.0872	0.2441	-0.0647	0.3663
บริการจัดส่ง	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	0.2964	0.1776	0.2921	-0.1700	0.7629
		สูงกว่าป.ตรี	0.0392	0.1972	0.9960	-0.4641	0.5424
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.2964	0.1776	0.2921	-0.7629	0.1700
		สูงกว่าป.ตรี	-0.2573	0.1275	0.1382	-0.5716	0.0571
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.0392	0.1972	0.9960	-0.5424	0.4641
		ป.ตรี	0.2573	0.1275	0.1382	-0.0571	0.5716
เวลาเปิดปิด	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	0.1464	0.1699	0.7734	-0.3079	0.6008
		สูงกว่าป.ตรี	0.0069	0.1706	1.0000	-0.4484	0.4623
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.1464	0.1699	0.7734	-0.6008	0.3079
		สูงกว่าป.ตรี	-0.1395	0.0616	0.0775	-0.2902	0.0111
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.0069	0.1706	1.0000	-0.4623	0.4484
		ป.ตรี	0.1395	0.0616	0.0775	-0.0111	0.2902

Dependent Variable	(I) กลุ่มการศึกษา	(J) กลุ่มการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
เบอร์โท	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	0.3107	0.1765	0.2521	-0.1527	0.7741
		สูงกว่าป.ตรี	0.3180	0.1790	0.2438	-0.1497	0.7857
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.3107	0.1765	0.2521	-0.7741	0.1527
		สูงกว่าป.ตรี	0.0073	0.0991	0.9998	-0.2352	0.2497
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.3180	0.1790	0.2438	-0.7857	0.1497
		ป.ตรี	-0.0073	0.0991	0.9998	-0.2497	0.2352

* The mean difference is significant at the .05 level.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 29 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
สถานที่ตกแต่งสวยงาม	2.000	2	82	.142
ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้	71.460	2	82	.000
ห้องน้ำสะอาด	239.595	2	82	.000
จำนวนโต๊ะ เก้าอี้มีให้บริการอย่างเพียงพอ	4.302	2	82	.017
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสารไว้บริการลูกค้า	.742	2	82	.479
ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน	7.821	2	82	.001

Robust Tests of Equality of Means(b,c)

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
สถานที่ตกแต่งสวยงาม	Welch	10.532	2	39.343	.000
ความสะอาดของสถานที่และ	Welch
อุปกรณ์ที่ใช้					
ห้องน้ำสะอาด	Welch
จำนวนโต๊ะ เก้าอี้มีให้บริการอย่าง	Welch	2.907	2	33.328	.069
เพียงพอ					
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสารไว้	Welch	.327	2	34.869	.724
บริการลูกค้า					
ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน	Welch	.793	2	26.431	.463

a Asymptotically F distributed.

b Robust tests of equality of means cannot be performed for ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้ because at least one group has 0 variance.

c Robust tests of equality of means cannot be performed for ห้องน้ำสะอาด because at least one group has 0 variance.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มการศึกษา	(J) กลุ่มการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ตกแตงสวย	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	0.5107*	0.1436	0.0039	0.1481	0.8733
		สูงกว่าป.ตรี	0.6567*	0.1449	0.0003	0.2907	1.0227
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.5107*	0.1436	0.0039	-0.8733	-0.1481
		สูงกว่าป.ตรี	0.1460	0.1254	0.5719	-0.1608	0.4527
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.6567*	0.1449	0.0003	-1.0227	-0.2907
		ป.ตรี	-0.1460	0.1254	0.5719	-0.4527	0.1608
อุปกรณ์สะอาด	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	0.4500*	0.0797	0.0000	0.2516	0.6484
		สูงกว่าป.ตรี	0.5161*	0.1124	0.0002	0.2327	0.7996
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.4500*	0.0797	0.0000	-0.6484	-0.2516
		สูงกว่าป.ตรี	0.0661	0.1377	0.9494	-0.2724	0.4046
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.5161*	0.1124	0.0002	-0.7996	-0.2327
		ป.ตรี	-0.0661	0.1377	0.9494	-0.4046	0.2724
ห้องน้ำสะอาด	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	0.4500*	0.0797	0.0000	0.2516	0.6484
		สูงกว่าป.ตรี	0.3871*	0.0889	0.0004	0.1628	0.6114
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.4500*	0.0797	0.0000	-0.6484	-0.2516
		สูงกว่าป.ตรี	-0.0629	0.1194	0.9348	-0.3552	0.2294
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.3871*	0.0889	0.0004	-0.6114	-0.1628
		ป.ตรี	0.0629	0.1194	0.9348	-0.2294	0.3552
จำนวนโต๊ะเก้าอี้	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	0.3571	0.1467	0.0710	-0.0250	0.7393
		สูงกว่าป.ตรี	0.2926	0.1616	0.2209	-0.1187	0.7040
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.3571	0.1467	0.0710	-0.7393	0.0250
		สูงกว่าป.ตรี	-0.0645	0.1109	0.9149	-0.3375	0.2084
	สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.2926	0.1616	0.2209	-0.7040	0.1187
		ป.ตรี	0.0645	0.1109	0.9149	-0.2084	0.3375

Dependent Variable	(I) กลุ่มการศึกษา	(J) กลุ่มการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
มีนสพ	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	-0.0107	0.1854	0.9999	-0.4897	0.4683
		สูงกว่าป.ตรี	0.1014	0.1972	0.9385	-0.4012	0.6040
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	0.0107	0.1854	0.9999	-0.4683	0.4897
		สูงกว่าป.ตรี	-0.1121	0.1410	0.8116	-0.2337	0.4579
ป้ายร้านชัดเจน	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรี	-0.1679	0.1450	0.5879	-0.2231	0.5588
		สูงกว่าป.ตรี	0.2074	0.1635	0.5107	-0.2143	0.6291
	ป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.1679	0.1450	0.5879	-0.5588	0.2231
		สูงกว่าป.ตรี	-0.0395	0.0833	0.9509	-0.1687	0.2477
สูงกว่าป.ตรี	ต่ำกว่าป.ตรี	-0.2074	0.1635	0.5107	-0.6291	0.2143	
	ป.ตรี	-0.0395	0.0833	0.9509	-0.2477	0.1687	

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 30 ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ(7P's) จำแนกตามอาชีพของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
product	1.850	2	82	.164
price	17.932	2	82	.000
place	1.429	2	82	.246
promotion	4.080	2	82	.020
people	5.835	2	82	.004
process	21.093	2	82	.000
physical	.510	2	82	.602

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
product	Welch	.147	2	46.664	.864
price	Welch	9.061	2	52.980	.000
place	Welch	.024	2	45.315	.976
promotion	Welch	3.414	2	40.410	.043
people	Welch	.416	2	46.558	.662
process	Welch	3.521	2	39.849	.039
physical	Welch	.097	2	46.125	.908

a. Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มอาชีพ	(J) กลุ่มอาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
						product	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน
		บริษัทเอกชน	0.0382	0.0710	0.9311	-0.1385	0.2148
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.0186	0.0672	0.9895	-0.1863	0.1491
		บริษัทเอกชน	0.0196	0.0576	0.9810	-0.1222	0.1613
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.0382	0.0710	0.9311	-0.2148	0.1385
		ธุรกิจส่วนตัว	-0.0196	0.0576	0.9810	-0.1613	0.1222
price	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	0.3565*	0.0899	0.0006	0.1357	0.5773
		บริษัทเอกชน	0.0266	0.0771	0.9802	-0.1645	0.2176
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.3565*	0.0899	0.0006	-0.5773	-0.1357
		บริษัทเอกชน	-0.3300*	0.0882	0.0012	-0.5462	-0.1137
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.0266	0.0771	0.9802	-0.2176	0.1645
		ธุรกิจส่วนตัว	0.3300*	0.0882	0.0012	0.1137	0.5462
place	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	-0.0120	0.0839	0.9985	-0.2208	0.1967
		บริษัทเอกชน	-0.0165	0.0752	0.9947	-0.2069	0.1739
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.0120	0.0839	0.9985	-0.1967	0.2208
		บริษัทเอกชน	-0.0045	0.0577	0.9998	-0.1462	0.1373
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.0165	0.0752	0.9947	-0.1739	0.2069
		ธุรกิจส่วนตัว	0.0045	0.0577	0.9998	-0.1373	0.1462
promotion	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	-0.1447	0.0656	0.0986	-0.3095	0.0200
		บริษัทเอกชน	-0.2404*	0.1033	0.0021	-0.4969	0.0162
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.1447	0.0656	0.0986	-0.0200	0.3095
		บริษัทเอกชน	-0.0956	0.0918	0.6574	-0.3265	0.1352
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.2404*	0.1033	0.0021	-0.0162	0.4969
		ธุรกิจส่วนตัว	0.0956	0.0918	0.6574	-0.1352	0.3265

Dependent Variable	(I) กลุ่มอาชีพ	(J) กลุ่มอาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
						people	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน
		บริษัทเอกชน	-0.0614	0.1011	0.9043	-0.3155	0.1928
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.0038	0.1068	1.0000	-0.2700	0.2624
		บริษัทเอกชน	-0.0651	0.0773	0.7837	-0.2545	0.1243
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.0614	0.1011	0.9043	-0.1928	0.3155
		ธุรกิจส่วนตัว	0.0651	0.0773	0.7837	-0.1243	0.2545
process	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	-0.0256	0.0235	0.6259	-0.0844	0.0333
		บริษัทเอกชน	0.0967	0.0504	0.1754	-0.0296	0.2230
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.0256	0.0235	0.6259	-0.0333	0.0844
		บริษัทเอกชน	0.1223*	0.0477	0.0463	0.0016	0.2429
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.0967	0.0504	0.1754	-0.2230	0.0296
		ธุรกิจส่วนตัว	-0.1223*	0.0477	0.0463	-0.2429	-0.0016
physical	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	-0.0420	0.0950	0.9596	-0.2791	0.1952
		บริษัทเอกชน	-0.0275	0.1011	0.9900	-0.2789	0.2240
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.0420	0.0950	0.9596	-0.1952	0.2791
		บริษัทเอกชน	0.0145	0.0803	0.9970	-0.1832	0.2123
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.0275	0.1011	0.9900	-0.2240	0.2789
		ธุรกิจส่วนตัว	-0.0145	0.0803	0.9970	-0.2123	0.1832

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 31 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามอาชีพของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
รายการอาหารแสดงราคาชัดเจน	7.547	2	82	.001
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	119.886	2	82	.000
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	31.604	2	82	.000
ชำระได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต	9.896	2	82	.000

Robust Tests of Equality of Means(b)

	Statistic(a)	df1	df2	Sig.
รายการอาหารแสดงราคาชัดเจน	Welch 7.846	2	49.469	.001
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	Welch
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	Welch 10.419	2	48.377	.000
ชำระได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต	Welch 1.186	2	41.892	.316

a. Asymptotically F distributed.

b. Robust tests of equality of means cannot be performed for ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ because at least one group has 0 variance.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มอาชีพ	(J) กลุ่มอาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ราคาชัดเจน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	0.4674*	0.1174	0.0007	0.1773	0.7576
		บริษัทเอกชน	0.2326	0.1322	0.2316	-0.0947	0.5599
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.4674*	0.1174	0.0007	-0.7576	-0.1773
		บริษัทเอกชน	-0.2348	0.1259	0.1877	-0.5450	0.0753
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.2326	0.1322	0.2316	-0.5599	0.0947
		ธุรกิจส่วนตัว	0.2348	0.1259	0.1877	-0.0753	0.5450
คุณภาพ	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	0.5263*	0.0821	0.0000	0.3214	0.7312
		บริษัทเอกชน	0.0769	0.0533	0.4013	-0.0590	0.2129
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.5263*	0.0821	0.0000	-0.7312	-0.3214
		บริษัทเอกชน	-0.4494*	0.0979	0.0001	-0.6896	-0.2092
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.0769	0.0533	0.4013	-0.2129	0.0590
		ธุรกิจส่วนตัว	0.4494*	0.0979	0.0001	0.2092	0.6896
ปริมาณ	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	0.3358*	0.1202	0.0218	0.0392	0.6324
		บริษัทเอกชน	-0.1136	0.1027	0.6143	-0.3710	0.1439
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.3358*	0.1202	0.0218	-0.6324	-0.0392
		บริษัทเอกชน	-0.4494*	0.0979	0.0001	-0.6896	-0.2092
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.1136	0.1027	0.6143	-0.1439	0.3710
		ธุรกิจส่วนตัว	0.4494*	0.0979	0.0001	0.2092	0.6896
เงินสด	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	0.0965	0.1740	0.9246	-0.3443	0.5373
		บริษัทเอกชน	-0.0897	0.1875	0.9496	-0.5594	0.3800
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.0965	0.1740	0.9246	-0.5373	0.3443
		บริษัทเอกชน	-0.1862	0.1210	0.3384	-0.4852	0.1127
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.0897	0.1875	0.9496	-0.3800	0.5594
		ธุรกิจส่วนตัว	0.1862	0.1210	0.3384	-0.1127	0.4852

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 32 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสื่อสารตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การจัดทำบัตรสมาชิก	5.546	2	82	.006
การแนะนำออกต่อจากบุคคลที่เคยใช้บริการ	5.882	2	82	.004
การส่งเสริมการขาย	4.084	2	82	.020
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	4.304	2	82	.017

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
การจัดทำบัตรสมาชิก	Welch	3.629	2	39.788	.036
การแนะนำออกต่อจากบุคคลที่เคยใช้บริการ	Welch	2.007	2	38.391	.148
การส่งเสริมการขาย	Welch	1.781	2	39.610	.182
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	Welch	1.021	2	44.628	.368

a. Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มอาชีพ	(J) กลุ่มอาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
บัตรสมาชิก	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	-0.2281	0.1169	0.1676	-0.5232	0.0670
		บริษัทเอกชน	-0.4103*	0.1523	0.0292	-0.7873	-0.0332
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.2281	0.1169	0.1676	-0.0670	0.5232
		บริษัทเอกชน	-0.1822	0.1209	0.3597	-0.4845	0.1201
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.4103*	0.1523	0.0292	0.0332	0.7873
		ธุรกิจส่วนตัว	0.1822	0.1209	0.3597	-0.1201	0.4845
บอกต่อ	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	-0.0902	0.0864	0.6562	-0.3086	0.1282
		บริษัทเอกชน	-0.2582	0.1279	0.1398	-0.5752	0.0587
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.0902	0.0864	0.6562	-0.1282	0.3086
		บริษัทเอกชน	-0.1680	0.1076	0.3320	-0.4387	0.1027
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.2582	0.1279	0.1398	-0.0587	0.5752
		ธุรกิจส่วนตัว	0.1680	0.1076	0.3320	-0.1027	0.4387
ส่งเสริมการขาย	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	-0.1115	0.0984	0.5959	-0.3594	0.1364
		บริษัทเอกชน	-0.2674	0.1406	0.1771	-0.6158	0.0810
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.1115	0.0984	0.5959	-0.1364	0.3594
		บริษัทเอกชน	-0.1559	0.1185	0.4756	-0.4531	0.1414
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.2674	0.1406	0.1771	-0.0810	0.6158
		ธุรกิจส่วนตัว	0.1559	0.1185	0.4756	-0.1414	0.4531
โฆษณา	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	-0.1491	0.1232	0.5437	-0.4575	0.1592
		บริษัทเอกชน	-0.0256	0.1401	0.9969	-0.3734	0.3221
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.1491	0.1232	0.5437	-0.1592	0.4575
		บริษัทเอกชน	0.1235	0.1122	0.6161	-0.1538	0.4007
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.0256	0.1401	0.9969	-0.3221	0.3734
		ธุรกิจส่วนตัว	-0.1235	0.1122	0.6161	-0.4007	0.1538

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 33 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
สถานที่ตกแต่งสวยงาม	7.756	2	82	.001
ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้	46.690	2	82	.000
ห้องน้ำสะอาด	46.690	2	82	.000
จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ให้บริการอย่างเพียงพอ	.	2	.	.
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า	68.365	2	82	.000

Robust Tests of Equality of Means(b,c,d)

	Statistic(a)	df1	df2	Sig.
สถานที่ตกแต่งสวยงาม	Welch 1.654	2	45.073	.203
ความสะอาดของสถานที่และ	Welch	.	.	.
อุปกรณ์ที่ใช้				
ห้องน้ำสะอาด	Welch	.	.	.
จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ให้บริการ	Welch	.	.	.
อย่างเพียงพอ				
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสารไว้	Welch	.	.	.
บริการลูกค้า				

a Asymptotically F distributed.

b Robust tests of equality of means cannot be performed for ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้ because at least one group has 0 variance.

c Robust tests of equality of means cannot be performed for ห้องน้ำสะอาด because at least one group has 0 variance.

d Robust tests of equality of means cannot be performed for จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ให้บริการอย่างเพียงพอ , มีหนังสือพิมพ์ นิตยสารไว้บริการลูกค้า because at least one group has 0 variance.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มอาชีพ	(J) กลุ่มอาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ทักษะ	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	-0.1541	0.1153	0.4624	-0.4438	0.1355
		บริษัทเอกชน	-0.2088	0.1142	0.2103	-0.4965	0.0789
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.1541	0.1153	0.4624	-0.1355	0.4438
		บริษัทเอกชน	-0.0547	0.0770	0.8573	-0.2435	0.1342
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.2088	0.1142	0.2103	-0.0789	0.4965
		ธุรกิจส่วนตัว	0.0547	0.0770	0.8573	-0.1342	0.2435
รวดเร็ว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	0.0000	0.0000	.	0.0000	0.0000
		บริษัทเอกชน	0.1923	0.0788	0.0637	-0.0087	0.3934
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.0000	0.0000	.	0.0000	0.0000
		บริษัทเอกชน	0.1923	0.0788	0.0637	-0.0087	0.3934
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.1923	0.0788	0.0637	-0.3934	0.0087
		ธุรกิจส่วนตัว	-0.1923	0.0788	0.0637	-0.3934	0.0087
เสรีฟูกต้อง	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	0.0000	0.0000	.	0.0000	0.0000
		บริษัทเอกชน	0.1923	0.0788	0.0637	-0.0087	0.3934
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	0.0000	0.0000	.	0.0000	0.0000
		บริษัทเอกชน	0.1923	0.0788	0.0637	-0.0087	0.3934
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.1923	0.0788	0.0637	-0.3934	0.0087
		ธุรกิจส่วนตัว	-0.1923	0.0788	0.0637	-0.3934	0.0087
ชำระเงินเร็ว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	0.0263	0.0263	0.6844	-0.0394	0.0920
		บริษัทเอกชน	0.3077*	0.0923	0.0079	0.0722	0.5431
	ธุรกิจส่วนตัว	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.0263	0.0263	0.6844	-0.0920	0.0394
		บริษัทเอกชน	0.2814*	0.0960	0.0192	0.0388	0.5239
	บริษัทเอกชน	นศ./รับราชการ/แม่บ้าน	-0.3077*	0.0923	0.0079	-0.5431	-0.0722
		ธุรกิจส่วนตัว	-0.2814*	0.0960	0.0192	-0.5239	-0.0388

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 34 ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ(7P's) จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
product	.283	2	82	.754
price	.875	2	82	.421
place	2.802	2	82	.067
promotion	3.122	2	82	.049
people	15.012	2	82	.000
process	7.100	2	82	.001
physical	.244	2	82	.784

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
product	Welch	1.218	2	54.603	.304
price	Welch	.541	2	54.085	.585
place	Welch	1.248	2	48.067	.296
promotion	Welch	.063	2	47.886	.939
people	Welch	15.132	2	42.972	.000
process	Welch	3.781	2	58.908	.113
physical	Welch	4.064	2	54.306	.023

a. Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dunnnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มรายได้	(J) กลุ่มรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
product	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.0909	0.0622	0.3820	-0.2441	0.0623
		มากกว่า50000	-0.0172	0.0620	0.9894	-0.1697	0.1352
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.0909	0.0622	0.3820	-0.0623	0.2441
		มากกว่า50000	-0.0736	0.0604	0.5358	-0.0751	0.2224
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	0.0172	0.0620	0.9894	-0.1352	0.1697
		40001-50000	-0.0736	0.0604	0.5358	-0.2224	0.0751
price	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.1124	0.1075	0.6529	-0.3770	0.1523
		มากกว่า50000	-0.0517	0.0983	0.9351	-0.2935	0.1901
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.1124	0.1075	0.6529	-0.1523	0.3770
		มากกว่า50000	0.0607	0.1053	0.9169	-0.1987	0.3200
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	0.0517	0.0983	0.9351	-0.1901	0.2935
		40001-50000	-0.0607	0.1053	0.9169	-0.3200	0.1987
place	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.0891	0.0822	0.6265	-0.2916	0.1133
		มากกว่า50000	0.0207	0.0605	0.9806	-0.1293	0.1707
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.0891	0.0822	0.6265	-0.1133	0.2916
		มากกว่า50000	0.1098	0.0691	0.3143	-0.0626	0.2823
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	-0.0207	0.0605	0.9806	-0.1707	0.1293
		40001-50000	-0.1098	0.0691	0.3143	-0.2823	0.0626
promotion	ต่ำกว่า40000	40001-50000	0.0348	0.0995	0.9793	-0.2108	0.2804
		มากกว่า50000	0.0172	0.0691	0.9922	-0.1539	0.1884
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	-0.0348	0.0995	0.9793	-0.2804	0.2108
		มากกว่า50000	-0.0176	0.0864	0.9957	-0.2337	0.1985
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	-0.0172	0.0691	0.9922	-0.1884	0.1539
		40001-50000	0.0176	0.0864	0.9957	-0.1985	0.2337

Dependent Variable	(I) กลุ่มรายได้	(J) กลุ่มรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
people	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.2999*	0.0800	0.0021	-0.5010	-0.0989
		มากกว่า50000	-0.0115	0.0996	0.9992	-0.2567	0.2338
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.2999*	0.0800	0.0021	0.0989	0.5010
		มากกว่า50000	0.2884*	0.0661	0.0003	0.1228	0.4540
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	-0.0115	0.0996	0.9992	-0.2338	0.2567
		40001-50000	-0.2884*	0.0661	0.0003	-0.4540	-0.1228
process	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.0215	0.0485	0.9600	-0.1410	0.0980
		มากกว่า50000	-0.0828	0.0334	0.0517	-0.1660	0.0005
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.0215	0.0485	0.9600	-0.0980	0.1410
		มากกว่า50000	-0.0613	0.0397	0.3405	-0.1610	0.0384
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	0.0828	0.0334	0.0517	-0.0005	0.1660
		40001-50000	0.0613	0.0397	0.3405	-0.0384	0.1610
physical	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.1273	0.0802	0.3118	-0.3249	0.0703
		มากกว่า50000	0.1207	0.0826	0.3809	-0.0824	0.3238
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.1273	0.0802	0.3118	-0.0703	0.3249
		มากกว่า50000	0.2480*	0.0865	0.0176	0.0350	0.4610
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	-0.1207	0.0826	0.3809	-0.3238	0.0824
		40001-50000	-0.2480*	0.0865	0.0176	-0.4610	-0.0350

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 35 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
สุขภาพ	32.761	2	82	.000
เอาใจใส่ลูกค้า	9.597	2	82	.000
มีบุคลิกภาพที่ดี	63.107	2	82	.000
แต่งกายเหมาะสม	72.822	2	82	.000
จำนวนพนักงานเพียงพอ	23.982	2	82	.000
พนักงานมีความรู้	2.998	2	82	.055

Robust Tests of Equality of Means(b,c)

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
สุขภาพ	Welch
เอาใจใส่ลูกค้า	Welch	2.285	2	53.910	.112
มีบุคลิกภาพที่ดี	Welch
แต่งกายเหมาะสม	Welch	12.648	2	50.640	.000
จำนวนพนักงานเพียงพอ	Welch	33.033	2	51.978	.000
พนักงานมีความรู้	Welch	.719	2	54.441	.492

a Asymptotically F distributed.

b Robust tests of equality of means cannot be performed for สุขภาพ because at least one group has 0 variance.

c Robust tests of equality of means cannot be performed for มีบุคลิกภาพที่ดี because at least one group has 0 variance.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มรายได้	(J) กลุ่มรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
สุขภาพ	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.2759*	0.0845	0.0085	-0.4898	-0.0620
		มากกว่า50000	-0.1034	0.1106	0.7259	-0.3755	0.1687
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.2759*	0.0845	0.0085	0.0620	0.4898
		มากกว่า50000	0.1724	0.0714	0.0649	-0.0084	0.3532
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	0.1034	0.1106	0.7259	-0.1687	0.3755
		40001-50000	-0.1724	0.0714	0.0649	-0.3532	0.0084
เอาใจใส่	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.2337	0.1089	0.1056	-0.5027	0.0352
		มากกว่า50000	-0.1724	0.1147	0.3576	-0.4549	0.1101
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.2337	0.1089	0.1056	-0.0352	0.5027
		มากกว่า50000	0.0613	0.0943	0.8860	-0.1709	0.2935
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	0.1724	0.1147	0.3576	-0.1101	0.4549
		40001-50000	-0.0613	0.0943	0.8860	-0.2935	0.1709
บุคลิกดี	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.2759*	0.0845	0.0085	-0.4898	-0.0620
		มากกว่า50000	0.0345	0.1216	0.9887	-0.2644	0.3334
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.2759*	0.0845	0.0085	0.0620	0.4898
		มากกว่า50000	0.3103*	0.0874	0.0041	0.0889	0.5318
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	-0.0345	0.1216	0.9887	-0.3334	0.2644
		40001-50000	-0.3103*	0.0874	0.0041	-0.5318	-0.0889
แต่งกายเหมาะสม	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.4087*	0.1075	0.0013	-0.6753	-0.1420
		มากกว่า50000	0.0345	0.1336	0.9914	-0.2938	0.3628
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.4087*	0.1075	0.0013	0.1420	0.6753
		มากกว่า50000	0.4432*	0.1075	0.0005	0.1765	0.7098
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	-0.0345	0.1336	0.9914	-0.3628	0.2938
		40001-50000	-0.4432*	0.1075	0.0005	-0.7098	-0.1765

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัย

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

Dependent Variable	(I) กลุ่ม รายได้	(J) กลุ่มรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
จำนวนเพียงพอ	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.4777*	0.1071	0.0002	-0.7433	-0.2120
		มากกว่า50000	0.2414	0.1212	0.1453	-0.0570	0.5397
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.4777*	0.1071	0.0002	0.2120	0.7433
		มากกว่า50000	0.7190*	0.0922	0.0000	0.4913	0.9467
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	-0.2414	0.1212	0.1453	-0.5397	0.0570
		40001-50000	-0.7190*	0.0922	0.0000	-0.9467	-0.4913
มีความรู้	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.1277	0.1095	0.5711	-0.3974	0.1419
		มากกว่า50000	-0.1034	0.1106	0.7259	-0.3755	0.1687
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.1277	0.1095	0.5711	-0.1419	0.3974
		มากกว่า50000	0.0243	0.0997	0.9928	-0.2212	0.2698
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	0.1034	0.1106	0.7259	-0.1687	0.3755
		40001-50000	-0.0243	0.0997	0.9928	-0.2698	0.2212

* The mean difference is significant at the .05 level.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 36 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของชาวต่างชาติ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
สถานที่ตกแต่งสวยงาม	.779	2	82	.462
ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้	8.726	2	82	.000
ห้องน้ำสะอาด	7.904	2	82	.001
จำนวนโต๊ะ เก้าอี้มีเพียงพอ	2.382	2	82	.099
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร	3.555	2	82	.033
บริการ				
ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน	.979	2	82	.380

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic(a)	df1	df2	Sig.
สถานที่ตกแต่งสวยงาม	Welch	.869	2	54.390	.425
ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้	Welch	2.894	2	53.968	.064
ห้องน้ำสะอาด	Welch	1.651	2	54.615	.201
จำนวนโต๊ะ เก้าอี้มีเพียงพอ	Welch	7.010	2	52.961	.002
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร	Welch	1.215	2	54.365	.305
บริการ					
ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน	Welch	2.802	2	53.954	.070

a. Asymptotically F distributed.

Multiple Comparisons

Dunnett T3

Dependent Variable	(I) กลุ่มรายได้	(J) กลุ่มรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ตกแต่งสวย	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.0971	0.1491	0.8856	-0.4643	0.2702
		มากกว่า50000	0.1034	0.1445	0.8544	-0.2519	0.4588
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.0971	0.1491	0.8856	-0.2702	0.4643
		มากกว่า50000	-0.2005	0.1514	0.4661	-0.1722	0.5732
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	-0.1034	0.1445	0.8544	-0.4588	0.2519
		40001-50000	-0.2005	0.1514	0.4661	-0.5732	0.1722
อุปกรณ์สะอาด	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.1916	0.1237	0.3322	-0.4962	0.1130
		มากกว่า50000	0.1379	0.1497	0.7351	-0.2308	0.5066
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.1916	0.1237	0.3322	-0.1130	0.4962
		มากกว่า50000	0.3295	0.1429	0.0734	-0.0231	0.6821
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	-0.1379	0.1497	0.7351	-0.5066	0.2308
		40001-50000	-0.3295	0.1429	0.0734	-0.6821	0.0231
ห้องน้ำสะอาด	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.1916	0.1237	0.3322	-0.4962	0.1130
		มากกว่า50000	0.0000	0.1316	1.0000	-0.3236	0.3236
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.1916	0.1237	0.3322	-0.1130	0.4962
		มากกว่า50000	0.1916	0.1237	0.3322	-0.1130	0.4962
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	0.0000	0.1316	1.0000	-0.3236	0.3236
		40001-50000	-0.1916	0.1237	0.3322	-0.4962	0.1130
จำนวนโต๊ะเก้าอี้	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.0498	0.1291	0.9726	-0.3678	0.2682
		มากกว่า50000	0.3103*	0.1195	0.0365	0.0153	0.6054
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.0498	0.1291	0.9726	-0.2682	0.3678
		มากกว่า50000	0.3602*	0.1044	0.0034	0.1028	0.6176
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	-0.3103*	0.1195	0.0365	-0.6054	-0.0153
		40001-50000	-0.3602*	0.1044	0.0034	-0.6176	-0.1028

Dependent Variable	(I) กลุ่มรายได้	(J) กลุ่มรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
มีนศพ	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.1941	0.1483	0.4761	-0.5594	0.1712
		มากกว่า50000	0.0000	0.1633	1.0000	-0.4015	0.4015
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.1941	0.1483	0.4761	-0.1712	0.5594
		มากกว่า50000	0.1941	0.1483	0.4761	-0.1712	0.5594
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	0.0000	0.1633	1.0000	-0.4015	0.4015
		40001-50000	-0.1941	0.1483	0.4761	-0.5594	0.1712
ป้ายร้านชัดเจน	ต่ำกว่า40000	40001-50000	-0.0396	0.0956	0.9665	-0.2753	0.1961
		มากกว่า50000	0.1724	0.0889	0.1610	-0.0461	0.3909
	40001-50000	ต่ำกว่า40000	0.0396	0.0956	0.9665	-0.1961	0.2753
		มากกว่า50000	0.2120	0.0987	0.1039	-0.0310	0.4550
	มากกว่า50000	ต่ำกว่า40000	-0.1724	0.0889	0.1610	-0.3909	0.0461
		40001-50000	-0.2120	0.0987	0.1039	-0.4550	0.0310

* The mean difference is significant at the .05 level.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาววิชญา บรรลือ
วัน เดือน ปีเกิด	21 พฤษภาคม 2525
ประวัติการศึกษา	2542 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย 2546 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	2541 - ปัจจุบัน ผู้ประกอบการร้านอาหารอิตาเลียน PIZZAMANIA 2547 - 2549 นักวิจัย คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved