

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหารล้านตอง ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหารล้านตองในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยทำการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก(Convenience Sampling) จำนวน 385 ตัวอย่าง ซึ่งในบทนี้จะกล่าวสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาได้กำหนดลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้มาใช้บริการร้านอาหารล้านตอง ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนจำนวน385ตัวอย่าง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นชาวต่างชาติ เพศชาย อายุระหว่าง 20-30 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ใช้จ่ายค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อครั้ง จำนวนเงิน 501-1,200 บาท มาใช้บริการที่ร้านอาหารล้านตองแต่ละครั้ง 2-3 คน มาใช้บริการดื่มและรับประทานอาหารที่ร้าน บริโภคสินค้าประเภทอาหารว่าง ระหว่างเวลา 17.01-19.00 น. ใช้บริการแต่ละครั้งใช้เวลาระหว่าง 2-3 ชั่วโมง มาใช้บริการร้านอาหารล้านตองวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ มีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการของร้านอาหารล้านตอง และรู้จักร้านอาหารล้านตอง จากป้ายหน้าร้าน

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหารล้านตอง ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ผลการศึกษา พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการตั้งราคา ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ในส่วนของปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเท่ากัน และสุดท้ายเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ รสชาติที่ถูกปากของอาหาร ความเหมาะสมสวยงามของภาชนะที่ใช้ รสชาติที่ถูกปากของเครื่องดื่ม ความสม่ำเสมอของคุณภาพของสินค้า ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่มที่มีจำหน่าย รสชาติที่ถูกปากของกาแฟ ความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่มที่มีจำหน่าย ความหลากหลายของขนาดของอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของประเภทของอาหารและเครื่องดื่ม

2.2 ปัจจัยด้านการตั้งราคา

ปัจจัยย่อยด้านการตั้งราคาผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการตั้งราคา โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากในทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ การมีราคาเพิ่มขึ้นตามส่วนผสมที่เพิ่มพิเศษตามคำสั่ง และการที่สามารถชำระค่าใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิต

2.3 ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง

ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้ง ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ตั้ง โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ที่ตั้งร้านหาง่าย การให้บริการทุกวันโดยไม่มีวันหยุด ท่าเลที่ตั้งของร้าน สะดวกในการเดินทางมา การมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ การมีบริการสั่งซื้อ-จัดส่งสินค้าทางโทรศัพท์ในขอบเขตระยะทางที่กำหนด ความเหมาะสมของเวลาในการให้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับปานกลาง ได้แก่ การมีรถบริการรับ-ส่งลูกค้า

2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ การสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ การมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่กินที่ร้านและซื้อเพิ่มไปกินที่บ้าน การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ การแจกของขวัญในโอกาสพิเศษ การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านแผ่นพับใบปลิว

2.5 ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากในทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ มีการคิดเงินและรับชำระเงินได้ถูกต้อง พนักงานมีความรู้ในอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้อง มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานสามารถรับคำสั่งตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในสิ่งที่ลูกค้าอยากทราบได้ พนักงานมีความรู้ในวิธีการให้บริการที่ถูกต้องพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ การมีบุคลิกภาพที่ดีของพนักงาน การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ จำนวนพนักงานที่เพียงพอในการให้บริการ และการแต่งกายที่เหมาะสมของพนักงาน

2.6 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากในทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ การมีสัญลักษณ์ที่จดจำง่ายของร้าน การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ชัดเจน บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเอง ความสว่างของบริเวณที่ให้บริการ รูปแบบการตกแต่งภายในที่มีเสน่ห์ รูปลักษณ์ภายนอกร้านสวยงามน่าใช้บริการ รูปลักษณ์ภายนอกร้านสวยงามน่าใช้บริการและการมีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุบริการลูกค้า การจัดวางโต๊ะเก้าอี้อุปกรณ์เป็นระเบียบและพื้นที่ให้บริการสะอาดกว้างขวาง ไม่แออัด

2.7 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากในทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ขั้นตอนในการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ลูกค้าได้รับการอย่างรวดเร็ว ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ระบบการทำงานที่มีความเป็นมาตรฐาน มีการนำส่งสินค้าตามสั่งได้อย่างครบถ้วนและสามารถส่งจองโต๊ะล่วงหน้าทางโทรศัพท์ได้ เวลาที่ต้องรอในการสั่งสินค้าและชำระเงิน และเวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อในแต่ละครั้ง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหารล้านตอง อำเภอป่าฝาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

3.1 จำแนกตามสัญชาติ

3.1.1 ชาวไทย มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านการตั้งราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ส่วน ด้านสถานที่ตั้ง และ ด้านการสร้างและนำลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ ด้านกระบวนการให้บริการ เป็นลำดับสุดท้าย โดยมีรายละเอียดของปัจจัยย่อยจำแนกตามลำดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่มที่มีจำหน่าย รสชาติที่ถูกต้องของอาหาร ความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่มที่มีจำหน่าย

ปัจจัยย่อยด้านการตั้งราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการตั้งราคาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากในทุกปัจจัย โดยให้ระดับความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ การมีราคาเพิ่มขึ้นตามส่วนผสมที่เพิ่มพิเศษตามคำสั่ง เท่ากัน และการที่สามารถชำระค่าใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิต

ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ตั้งโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ การมีบริการสั่งซื้อ-จัดส่งสินค้าทางโทรศัพท์ในขอบเขตระยะทางที่กำหนด การให้บริการทุกวัน โดยไม่มีวันหยุด ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกในการเดินทางมา การมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ เท่ากัน

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ การมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่กินที่ร้านและซื้อเพิ่มไปกินที่บ้าน การสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ และการให้การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากในทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ มีการคิดเงินและรับชำระเงินได้ถูกต้อง พนักงานมีความรู้ในอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้อง และ พนักงานสามารถรับคำสั่งตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในสิ่งที่ลูกค้ำอยากทราบได้

ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากในทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ การมีสัญลักษณ์ที่จดจำง่ายของร้าน การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ ความทันสมัยของอุปกรณ์

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากในทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ลูกค้ำได้รับบริการอย่างรวดเร็ว ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ เวลาที่ต้องรอในการสั่งสินค้าและชำระเงิน

3.1.2 ชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ กระบวนการให้บริการ ส่วนสถานที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดเท่ากัน ส่วนบุคลากร และการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ เท่ากัน ด้านการตั้งราคา และสุดท้ายคือผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของปัจจัยย่อยจำแนกตามลำดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ภาพลักษณ์ของตราหื้อ รสชาติที่ถูกปากของอาหารและความเหมาะสมสวยงามของภาชนะที่ใช้เท่ากัน และการมีสินค้าชนิดใหม่แนะนำเสนอ

ปัจจัยย่อยด้านการตั้งราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการตั้งราคา โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากในทุกปัจจัย โดยให้ระดับ

ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ การมีการตั้งราคาให้เลือกตามขนาดของสินค้าและ การมีราคาเพิ่มขึ้นตามส่วนผสมที่เพิ่มพิเศษตามคำสั่ง

ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ตั้งโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ที่ตั้งร้านหาง่ายและความเหมาะสมของเวลาในการให้บริการการเท่ากัน ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกในการเดินทางมา การมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ การสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ การแจกของขวัญในโอกาสพิเศษ

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากในทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ มีการคิดเงินและรับชำระเงินได้ถูกต้อง มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานมีความรู้ในอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้อง

ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ชาวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากในทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ชัดเจน บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเอง การมีสัญลักษณ์ที่จดจำง่ายของร้าน

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากในทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ขั้นตอนในการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ระบบการทำงานที่มีความเป็นมาตรฐาน และมีการนำส่งสินค้าตามสั่งได้อย่างครบถ้วน

3.2 จำแนกตามเพศ

เพศชาย มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ตั้ง ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และสุดท้ายคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านการตั้งราคา ด้านบุคลากร และการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันหลังจากนั้นคือ ด้านสถานที่ตั้ง และสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

3.3 จำแนกตามอายุ

อายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนบุคลากร และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ การด้านตั้งราคา และสุดท้ายคือด้านสถานที่ตั้ง ตามลำดับ

อายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการตั้งราคา ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และสุดท้ายคือ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพตามลำดับ

อายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมาก คือ ด้านการตั้งราคา และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ตั้ง และสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามลำดับ

อายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านสถานที่ตั้ง และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านการตั้งราคา และสุดท้ายคือ ด้านบุคลากร ตามลำดับ

อายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการตั้งราคา ด้านสถานที่ตั้ง ส่วน ด้านบุคลากร

และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

3.4 จำแนกตามอาชีพ

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านการตั้งราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านสถานที่ตั้ง และ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และสุดท้ายคือด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามลำดับ

เกษตรกร มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ตั้ง การด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการตั้งราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากันตามลำดับ

พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ คือ ด้านการตั้งราคา และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านส่วนบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และสุดท้ายคือด้านสถานที่ตั้ง ตามลำดับ

เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการตั้งราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ตั้ง และสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการตั้งราคา ด้านสถานที่ตั้ง ส่วนด้านบุคลากร และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

3.5 จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านบุคลากร และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านสถานที่ตั้ง ด้าน การตั้งราคา และสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ คือ ด้านการตั้งราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และสุดท้ายคือ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามลำดับ

ระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการตั้งราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วน ด้านบุคลากร และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการตั้งราคา ด้านสถานที่ตั้ง ส่วน ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

3.6 จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ย

รายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ บุคลากร ด้านสถานที่ตั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ และสุดท้ายคือ ด้านการตั้งราคา ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ย 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านสถานที่ตั้ง และด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านการตั้งราคา และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ก็มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และสุดท้าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ ก็มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ คือ ด้านการตั้งราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน การด้านสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และสุดท้ายคือ ด้านบุคลากร ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ย 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านการตั้งราคา ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านบุคลากร ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่ตั้ง ก็มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และสุดท้ายคือด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ย 20,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านการตั้งราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านสถานที่ตั้ง และสุดท้ายคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการตั้งราคา ด้านสถานที่ตั้ง ส่วน ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ปัจจัย ของร้านอาหารล้านตอง อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เมื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ สามารถอภิปรายผลในภาพรวมและแยกตามปัจจัยแต่ละด้านดังนี้

ผลการศึกษา พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอุสนา ศิริเอก (2545) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านกาแฟและอาหารเบเกอรี่แคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ รสชาติที่ถูกปากของอาหารและเครื่องดื่ม ความสม่ำเสมอของคุณภาพของสินค้า ความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่มที่มีจำหน่าย ความหลากหลายของขนาดของอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิมพัลลัญช์ พิณรุประภา (2545) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของร้านอาหารแม่ลาปลาเผา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านอาหารซึ่งได้เน้นถึงเรื่องของรสชาติ และความสะอาด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัญญา นิพัทธ์ศักดิ์ (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของร้านอาหารการบินไทย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจหลังการรับบริการ พบว่ามีความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากได้แก่ รสชาติอาหารมีความสม่ำเสมอ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุปรียา ควรเดชะคุปต์ และคณะ (2549) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคารสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร ผลการศึกษาพบว่า จากการสำรวจ

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ รสชาติของอาหาร ความสวยงาม รายการอาหารมีหลากหลาย

ปัจจัยย่อยด้านการตั้งราคา จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิมพัทธ์ลัญช์ พิณรุประภา (2545) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของร้านอาหารแม่ลาปลาเผา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ ราคาของอาหารต่อปริมาณมีความเหมาะสม และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุปรียา ควระเดชะคุปต์ และคณะ (2549) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคารสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร ผลการศึกษาพบว่า จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับอาหาร

ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้ง จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกในการเดินทางมา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิมพัทธ์ลัญช์ พิณรุประภา (2545) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของร้านอาหารแม่ลาปลาเผา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านของสถานที่ มีทำเลที่สะดวก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุปรียา ควระเดชะคุปต์ และคณะ (2549) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคารสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร ผลการศึกษาพบว่า จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวได้แก่ การไป-มาสะดวก

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอุศนา ศิริเอก (2545) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านกาแฟและอาหารแบล็กแคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า จากการเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้ของลูกค้า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการอยู่ในระดับปานกลางในด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจระดับมาก เรียงตามลำดับคือ มีการคิดเงินและรับชำระเงินได้ถูกต้อง พนักงานมีความรู้ในอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้อง มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานสามารถรับคำสั่ง ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในสิ่งที่ลูกค้าอยากทราบได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัญญา นิพัทธ์สัจจ์ (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการ

ของร้านอาหารการบินไทย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจขณะรับบริการ พบว่าความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากได้แก่ คิดเงินด้วยความรอบคอบและถูกต้อง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุปรียา ควรเดชะคุปต์ และคณะ (2549) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคารสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร ผลการศึกษาพบว่า จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวได้แก่ พนักงานมีมารยาท มีความอ่อนน้อมและสุภาพ มีความซื่อสัตย์ในการคิดราคาอาหาร) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิชญา บันลือ (2551) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยหลักของ งานบริการ กล่าวคือ บุคลากรจะต้องมีใจรักงานบริการ มีความรู้ความสามารถรับคำสั่ง ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในสิ่งที่ลูกค้าอยากทราบได้ ตลอดจนมีการคิดเงินและรับชำระเงินได้ถูกต้อง และรวดเร็ว

ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจระดับมาก เรียงตามลำดับคือ บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเอง รูปลักษณ์ภายนอกร้านสวยงามน่าใช้บริการ และพื้นที่ให้บริการสะอาดกว้างขวางไม่แออัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิมพัทธ์วิญญู พินรุประภา (2545) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของร้านอาหารแม่ลาปลาเผา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ มีการตกแต่งร้านที่สวยงามบรรยากาศที่ดี และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัญญา นิพัทธ์ศักดิ์ (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของร้านอาหารการบินไทย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจขณะรับบริการ พบว่าความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากได้แก่ มีความสะอาดและเป็นระเบียบ มีการตกแต่งร้านที่สวยงามบรรยากาศที่ดี และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุปรียา ควรเดชะคุปต์ และคณะ (2549) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคารสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร ผลการศึกษาพบว่า จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ และการมีบรรยากาศที่ดี

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ลูกค้าได้รับการอย่างรวดเร็ว ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุปรียา ควรเดชะคุปต์ และคณะ (2549) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคารสำหรับผู้ประกอบการหรือ

ผู้บริหาร ผลการศึกษาพบว่า จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวได้แก่ การบริการรวดเร็ว

ข้อค้นพบ

ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยจำแนกตามสัญชาติ พบว่าผู้บริโภคชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อยุทธศาสตร์การตลาดบริการทั้ง 7 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคชาวไทย

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่มที่มีจำหน่าย รสชาติที่ถูกปากของอาหาร และ ความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่มที่มีจำหน่าย และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การมีสินค้าชนิดใหม่นำเสนอ

ผู้บริโภคชาวต่างชาติ

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ภาพลักษณ์ของตรयीหือ รสชาติที่ถูกปากของอาหารและความเหมาะสมสวยงามของภาชนะที่ใช้เท่านั้น และการมีสินค้าชนิดใหม่นำเสนอ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่มที่มีจำหน่าย

ปัจจัยย่อยด้านการตั้งราคา

ผู้บริโภคชาวไทย

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ การมีราคาเพิ่มขึ้นตามส่วนผสมที่เพิ่มพิเศษตามคำสั่ง และการตั้งราคาให้เลือกตามขนาดของสินค้า และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การที่สามารถชำระได้ด้วยบัตรเครดิต

ผู้บริโภคชาวต่างชาติ

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ การมีการตั้งราคาให้เลือกตามขนาดของสินค้าและ การมีราคาเพิ่มขึ้นตามส่วนผสมที่เพิ่มพิเศษตามคำสั่ง และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การที่สามารถชำระได้ด้วยบัตรเครดิต

ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้ง

ผู้บริโภครชาวไทย

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก เรียงตามลำดับคือ การมีบริการสั่งซื้อ-จัดส่งสินค้าทางโทรศัพท์ในขอบเขตระยะทางที่กำหนด การให้บริการทุกวันโดยไม่มีวันหยุด ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกในการเดินทางมา การมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ เท่ากัน และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือความเหมาะสมของเวลาในการให้บริการ

ผู้บริโภครชาวต่างชาติ

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ที่ตั้งร้านหาง่าย และความเหมาะสมของเวลาในการให้บริการเท่ากัน ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกในการเดินทางมา การมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การมีรถบริการรับ-ส่งลูกค้า

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้บริโภครชาวไทย

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก เรียงตามลำดับคือ การมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่กินที่ร้านและซื้อเพิ่มไปกินที่บ้าน การสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ และการให้การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล

ผู้บริโภครชาวต่างชาติ

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก เรียงตามลำดับคือ การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ การสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ และการแจกของขวัญในโอกาสพิเศษ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การโฆษณาผ่านแผ่นพับใบปลิว

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร

ผู้บริโภครชาวไทย

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก เรียงตามลำดับคือ มีการคิดเงินและรับชำระเงินได้ถูกต้อง พนักงานมีความรู้ในอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้อง และพนักงานสามารถรับคำสั่งตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในสิ่งที่ลูกค้าอยากทราบได้ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การมีบุคลิกภาพที่ดีของพนักงาน

ผู้บริโภครชาวต่างชาติ

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก มีการคิดเงินและรับชำระเงินได้ถูกต้อง มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และพนักงานมีความรู้ใน

วิธีการให้บริการที่ถูกต้อง และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน

ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้บริโภคชาวไทย

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก เรียงตามลำดับคือ การมีสัญลักษณ์ที่จดจำง่ายของร้าน การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ ความทันสมัยของอุปกรณ์ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ รูปลักษณ์ภายนอกร้านสวยงามน่าใช้บริการ

ผู้บริโภคชาวต่างชาติ

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ชัดเจน บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเอง และการมีสัญลักษณ์ที่จดจำง่ายของร้าน และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความทันสมัยของอุปกรณ์

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้บริโภคชาวไทย

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ถูกค่าได้รับบริการอย่างรวดเร็ว ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ เวลาที่ต้องรอในการสั่งสินค้าและชำระเงิน และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ เวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อในแต่ละครั้ง

ผู้บริโภคชาวต่างชาติ

มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมากเรียงตามลำดับคือ ขั้นตอนในการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ระบบการทำงานที่มีความเป็นมาตรฐาน และมีการนำส่งสินค้าตามสั่งได้อย่างครบถ้วน และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ เวลาที่ต้องรอในการสั่งสินค้าและชำระเงิน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหารล้านตอง ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลจากการศึกษานี้มีข้อเสนอแนะโดยคำนึงถึงแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการต้องจัดทำรายการอาหารที่มีความหลากหลาย มีคุณภาพดี ความสด และใหม่ของวัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารนั้น เป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึงมากที่สุด ควรซื้อมาใช้ในปริมาณที่พอเหมาะที่คาดว่าจะใช้หมดวันต่อวัน มีการเตรียมและถูกจัดเก็บอย่างถูกต้องลักษณะ และเป็นระเบียบพร้อมที่จะถูกนำมาปรุงอาหาร มีการทดลองรายการอาหารและ

เครื่องดื่มน่าสนใจอย่างต่อเนื่องใหม่ มีการตรวจสอบรายการอาหารและเครื่องดื่มที่ได้ระบุไว้ในเมนู ในแต่ละวันจะต้องมีครบทุกรายการ หากลูกค้าต้องการบริโภค

ปัจจัยด้านการตั้งราคา ผู้ประกอบการต้องตั้งราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพ และ ระบุราคาอาหารหารแต่ระประเภทให้ชัดเจนในเมนูรายการอาหาร และอำนวยความสะดวกแก่ ลูกค้าโดยจัดให้มีการบริการการชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต และผู้ประกอบการต้องเพิ่ม พนักงานเก็บเงิน (Cashier) เพื่อรับผิดชอบงานด้านการเงินโดยตรง นำเครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์มาช่วยในการทำงาน ก็จะทำให้งานเร็วขึ้น มีความถูกต้องแม่นยำยิ่งขึ้น มี ประสิทธิภาพมากขึ้น

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีที่จอดรถที่สะดวก และเพียงพอแก่ ลูกค้า โดยพื้นที่จอดรถจักรยานยนต์ ที่ลูกค้าส่วนใหญ่เข้ามาจับ ควรตีเส้นแบ่งช่องให้ชัดเจนเพื่อ ความเป็นระเบียบ ส่วนพื้นที่ในการจอดรถยนต์ ต้องหาเช่าพื้นที่ว่างเปล่าบริเวณใกล้ๆ ร้าน เป็นที่ จอดรถเพิ่มเติม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้พนักงานของร้านอาหารไปแจกใบปลิวให้กับมือ ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยตรง ที่โรงแรม บ้านรับรอง แหล่งชุมนุมชน เช่นบริเวณถนนคนเดิน เป็นต้น จัดช่วงเวลาพิเศษ เวลา 15.00-18.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ไม่ค่อยจะมี ลูกค้า โดยจัดให้มี โปรโมชั่น ซื้องานหนึ่งแถมหนึ่ง หรือ ผสมเครื่องดื่มสูตรพิเศษ

ปัจจัยด้านบุคลากร พนักงานของร้านอาหารจะต้อง มีความรู้ในอาหารและเครื่องดื่ม ว่ามีลักษณะเป็นแบบใด ทำจากอะไร รสชาติเป็นอย่างไร ซึ่งผู้ประกอบการควรจัดให้มีการอบรม เสริมความรู้เพิ่มเติมให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีโอกาส หรือมีเวลาว่างจากการทำงาน ไม่ ว่าจะเป็นความรู้ในด้านภาษา หรือความรู้ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานให้บริการด้านอาหาร โดยที่การ อบรมจะมาจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก หรือจะมาจากภายในองค์กรเองก็ได้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ของทางร้านเป็นสำคัญ รวมถึงการสร้างทัศนคติที่ดีให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร รู้สึกว่า ตัวเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ตั้งใจทำหน้าที่ๆตัวเองได้รับมอบหมายให้ดีที่สุด มีความเต็มใจ ของในการให้บริการ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการต้องจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์ให้เป็นระเบียบ ป้ายหน้าร้านสะอาดมองเห็นได้ชัดเจน และมีพื้นที่ๆเหมาะสม สำหรับสูบบุหรี่ เวลาในการปิดร้านนั้น ทางร้านควรเลื่อนเวลาปิดร้าน ออกไปอีก 2-3 ชั่วโมง ใน วันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เนื่องจากลูกค้ามักมาใช้บริการในช่วงวันหยุดมากกว่า วันปรกติ โดยพิจารณาเอาความเหมาะสม ยืดหยุ่น เป็นเกณฑ์

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พนักงานของร้านอาหารต้องบริการด้วยความรวดเร็วในการรับรายการอาหารและเครื่องดื่ม และส่งอาหารและเครื่องดื่มที่ลูกค้าสั่งอย่างครบถ้วน และให้การบริการรับชำระเงินอย่างรวดเร็วด้วย ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ผู้ประกอบการควรเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอ โดยอาจจ้างเป็นพนักงานชั่วคราว ควรให้ความสำคัญในเรื่องของความถูกต้องและความรอบคอบในการรับคำสั่งจากลูกค้า โดยการกำชับให้พนักงานผู้รับคำสั่ง ให้มีการทวนคำสั่ง และรายการอาหารจากลูกค้า ให้ชัดเจนและถูกต้องทุกครั้ง เพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดจากความผิดพลาด พนักงานของร้านควรมีบุคลิกภาพที่ดี ตลอดจนเครื่องแบบที่สะอาด เรียบร้อยและเหมาะสมของพนักงานที่ให้บริการ ไม่เพียงแต่จะเป็นสิ่งที่เชิดชูภาพลักษณ์ ของร้านเท่านั้นแต่ยังเป็นการสร้างความรู้สึกที่ดีตลอดจนความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าจะได้รับสินค้าและบริการที่ดีสมคั่งตั้งใจ

และนอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารล้วนต้องควรจะต้องมีกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับ สำหรับกลุ่มผู้บริโภค ที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคชาวไทย ผู้ประกอบการควรจัดให้มีรายการอาหารพิเศษในแต่ละวัน เพิ่มขึ้นจากรายการหลักในรายการอาหารและเครื่องดื่ม โดยการหมุนเวียนสลับเปลี่ยนรายการอาหารและเครื่องดื่มใหม่ๆเป็นระยะๆ ประจำแต่ละวันในหนึ่งอาทิตย์ ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าไม่รู้สึกซ้ำซากจำเจกับรายการอาหารเดิมๆ เวลาในการปิดร้านนั้น ทางร้านควรเลื่อนเวลาปิดร้าน ออกไปประมาณ 2-3 ชั่วโมง ในวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เนื่องจากผู้บริโภคชาวไทย มักมาใช้บริการในช่วงวันหยุดมากกว่าวันปรกติ โดยพิจารณาเอาความเหมาะสม ยืดหยุ่น เป็นเกณฑ์ และผู้บริโภคชาวต่างชาติ ผู้ประกอบการ ต้องใส่ใจกับความสดและใหม่ของวัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารนั้น เป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึงมากที่สุด