

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารในอำเภอพาน จังหวัด เชียงราย จากตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง สรุปผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหาร
3. ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหาร
4. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหาร ที่จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา และ รายได้ต่อเดือน
5. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหาร จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร
6. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการใช้บริการที่ร้านอาหาร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	154	38.50
หญิง	246	61.50
รวม	400	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชายร้อยละ 38.50 และ เป็นเพศหญิงร้อยละ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	22	5.50
21-30 ปี	173	43.25
31-40 ปี	111	27.75
41-50 ปี	60	15.00
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	34	8.50
รวม	400	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุระหว่าง 21-30 ปีมากที่สุดคือร้อยละ 43.25 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 31-40 ปีร้อยละ 27.75 และ มีอายุระหว่าง 41-50 ปีร้อยละ 15.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	184	46.00
สมรส	186	46.50
หม้าย/หย่าร้าง	30	7.50
รวม	400	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีสถานภาพสมรสมากที่สุดคือร้อยละ 46.50 รองลงมาคือ สถานภาพโสดร้อยละ 46.00 และ สถานภาพหม้าย/หย่าร้างร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	34	8.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	96	24.00
อนุปริญญา/ปวส.	57	14.25
ปริญญาตรี	192	48.00
ปริญญาตรีขึ้นไป	21	5.25
รวม	400	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีสูงที่สุดคือร้อยละ 48.00 รองลงมาคือการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 24.00 และ การศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 14.25

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	113	28.25
ธุรกิจส่วนตัว	72	18.00
พนักงานบริษัทเอกชน	128	32.00
นักเรียน/นิสิต	33	8.25
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	10	2.50
รับจ้าง	44	11.00
อื่นๆ	-	-
รวม	400	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดคือ ร้อยละ 32.00 รองลงมาคือประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ 28.25 และ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 18.00

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	166	41.50
10,000-15,000 บาท	88	22.00
15,001-20,000 บาท	53	13.25
20,001-25,000 บาท	27	6.75
25,001-30,000 บาท	30	7.50
มากกว่า 30,000 บาท	36	9.00
รวม	400	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทมากที่สุดคือร้อยละ 41.50 รองลงมาคือมีรายได้ 10,000-15,000 บาท ร้อยละ 22.00 และมีรายได้ 15,000-20,000 บาท ร้อยละ 13.25

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในอำเภอพาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	31	7.75
1-2 ปี	21	5.25
3-4 ปี	31	7.75
5-6 ปี	22	5.50
7-8 ปี	15	3.75
9-10 ปี	14	3.50
มากกว่า 10 ปี	266	66.50
รวม	400	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีผู้อาศัยอยู่ในอำเภอพาน จังหวัดเชียงรายเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปีมากที่สุดคือร้อยละ 66.50 รองลงมาคือน้อยกว่า 1 ปี และ 3-4 ปี ค่าร้อยละเท่ากันคือ 7.75 และ 5-6 ปี ร้อยละ 5.50

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของอาหารที่ชอบรับประทานที่ร้านอาหารบ่อยที่สุด

ประเภทของอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
อาหารพื้นบ้าน	174	43.50
อาหารไทย	200	50.00
อาหารจีน	15	3.75
อาหารฝรั่ง	5	1.25
อื่นๆ	6	1.50
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ คือ ชอบรับประทานอาหารทุกชนิดจำนวน 3 คน อาหารญี่ปุ่น 1 คน และอาหารทะเล 1 คน

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ชอบรับประทานอาหารไทยที่ร้านอาหารมากที่สุดคือร้อยละ 50.00 รองลงมาคืออาหารพื้นบ้านร้อยละ 43.50 และอาหารจีนร้อยละ 3.75

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของร้านอาหาร
ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด

ประเภทของร้านอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ร้านฟาสต์ฟู้ด/อาหารจานด่วน	23	5.75
สวนอาหาร	76	19.00
ร้านอาหารตามสั่ง/ร้านทั่วไป	226	56.50
ภัตตาคาร/ร้านอาหารขนาดใหญ่	22	5.50
ผับ	6	1.50
สุกี้/หมกกระทะ	47	11.75
อื่นๆ	-	-
รวม	400	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่ง/
ร้านทั่วไปมากที่สุดคือร้อยละ 56.50 รองลงมาคือสวนอาหารร้อยละ 19.00 และ สุกี้/หมกกระทะ
ร้อยละ 11.75

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะทำเลที่ตั้งของ
ร้านอาหารที่ใช้บริการมากที่สุด

ลักษณะทำเลที่ตั้งของร้านอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน	88	22.00
ใกล้ที่ทำงาน	130	32.50
อยู่ในเขตตัวเมือง	78	19.50
อยู่ในเขตนอกเมือง	18	4.50
ระยะทางไม่สำคัญแต่การคมนาคมต้องสะดวก	82	20.50
อื่นๆ	4	1.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ คือ ไม่ระบุ 2 คน แล้วแต่สะดวก 1 คน และได้ทุกสถานที่ 1 คน

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการร้านอาหารตามลักษณะทำเลที่ตั้งที่ใกล้ที่ทำงานมากที่สุดคือร้อยละ 32.50 รองลงมาคือใกล้บ้านร้อยละ 22.00 และ ระยะทางไม่สำคัญแต่การคมนาคมต้องสะดวกคือร้อยละ 20.50

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีส่วนมากที่สุดในการชักชวนไปใช้บริการในร้านอาหาร

ผู้ที่มีส่วนมากที่สุดในการชักชวนไปใช้บริการในร้านอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
คนในครอบครัว	136	34.00
คนรัก	34	8.50
เพื่อน	199	49.75
หัวหน้าที่ทำงาน	11	2.75
ลูกน้องในที่ทำงาน	14	3.50
อื่นๆ	6	1.50
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆคือ ไม่ระบุ 3 คน ไม่มีใครมีส่วนในการชักชวนใช้บริการร้านอาหาร 3 คน

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีผู้ที่มีส่วนมากที่สุดในการชักชวนไปใช้บริการร้านอาหารคือเพื่อนร้อยละ 49.75 รองลงมาคือคนในครอบครัวร้อยละ 34.00 และ คนรักร้อยละ 8.50

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ใช้บริการ
ร้านอาหารบ๋อยที่สุด

วันที่ใช้บริการร้านอาหารบ๋อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
วันหยุด	78	19.50
วันสำคัญของคนในครอบครัว	36	9.00
วันเทศกาลต่างๆ	47	11.75
ไม่แน่นอน	223	55.75
อื่นๆ	16	4.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ คือวันทำงาน 10 คน ทุกวัน 4 คน ไม่ระบุ 2 คน

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการร้านอาหารในวันไม่แน่นอนมากที่สุดคือ ร้อยละ 55.75 รองลงมาคือวันหยุดร้อยละ 19.50 และ วันเทศกาลต่างๆร้อยละ 11.75

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ
ร้านอาหารบ๋อยที่สุด

ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหารบ๋อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เช้า	5	1.25
กลางวัน	119	29.75
เย็น	191	47.75
ไม่แน่นอน	85	21.25
รวม	400	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการร้านอาหารในช่วงเย็นมากที่สุดคือร้อยละ 47.75 รองลงมาคือช่วงกลางวันร้อยละ 29.75 และ ไม่แน่นอนร้อยละ 21.25

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยในการใช้บริการร้านอาหารภายในระยะเวลาหนึ่งเดือน

จำนวนครั้งในการใช้บริการร้านอาหารภายในหนึ่งเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ครั้ง	96	24.00
2-4 ครั้ง	141	35.25
มากกว่า 4 ครั้ง	151	37.75
อื่นๆ	12	3.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ คือ ไม่นั่นนอน 6 คน ไม่ระบุ 4 คน แล้วแต่บางโอกาส 1 คน นานๆ ครั้ง 1 คน

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการร้านอาหารมากกว่า 4 ครั้งต่อหนึ่งเดือนมากที่สุดคือร้อยละ 37.75 รองลงมาคือ 2-4 ครั้งร้อยละ 35.25 และ น้อยกว่า 2 ครั้ง ร้อยละ 24.00

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงของเดือนในการใช้บริการร้านอาหาร

ช่วงเวลาของเดือนที่ใช้บริการร้านอาหาร บ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ต้นเดือน	55	13.75
กลางเดือน	9	2.25
ปลายเดือน	53	13.25
ไม่แน่นอน	283	70.75
รวม	400	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการร้านอาหารไม่แน่นอนในแต่ละช่วงของเดือนมากที่สุดคือร้อยละ 70.75 รองลงมาคือช่วงต้นเดือนร้อยละ 13.75 และ ช่วงปลายเดือนร้อยละ 13.25

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนคนที่เข้าร่วม
รับประทานอาหารในแต่ละครั้ง

จำนวนคนที่ร่วมรับประทานอาหารในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 คน	80	20.00
3-6 คน	181	45.25
มากกว่า 6 คน	35	8.75
ไม่แน่นอน	104	26.00
รวม	400	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีคนเข้าร่วมรับประทานอาหารด้วย จำนวน 3-6 คนมากที่สุดคือร้อยละ 45.25 รองลงมาคือไม่แน่นอนร้อยละ 26.00 และ น้อยกว่า 3 คนร้อยละ 20.00

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อคน
ในแต่ละครั้งในการใช้บริการร้านอาหาร

ค่าใช้จ่ายต่อคนในแต่ละครั้งในการใช้บริการ ร้านอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 บาท	59	14.75
50-100 บาท	107	26.75
101-200 บาท	92	23.00
201-500 บาท	56	14.00
501-1,000 บาท	61	15.25
1,001-2,000 บาท	21	5.25
มากกว่า 2,000 บาท	4	1.00
รวม	400	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งในการ ใช้บริการ
ร้านอาหารจำนวน 50-100 บาทมากที่สุดคือ ร้อยละ 26.75 รองลงมาคือ 101-200 บาท ร้อยละ 23.00
และ 501-1,000 บาท ร้อยละ 15.25

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหาร

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกร้านอาหาร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มีผลในระดับ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
มีอาหารหลากหลายและตรงกับความต้องการ	101 (25.25)	161 (40.25)	122 (30.50)	13 (3.25)	3 (0.75)	3.86 (มาก)	4
มีอาหารจานเด็ดที่ไม่เหมือนกับร้านอื่นๆ	67 (16.75)	118 (29.50)	173 (43.25)	40 (10.00)	2 (0.50)	3.52 (มาก)	6
ลักษณะการจัดวางของอาหารดูน่ารับประทาน	82 (20.50)	140 (35.00)	151 (37.75)	23 (5.75)	4 (1.00)	3.68 (มาก)	5
อาหารมีความสดใหม่	164 (41.00)	135 (33.75)	94 (23.50)	5 (1.25)	2 (0.50)	4.14 (มาก)	2
อาหารมีความสะอาด	176 (44.00)	127 (31.75)	89 (22.25)	7 (1.75)	1 (0.25)	4.18 (มาก)	1
อาหารมีรสชาติอร่อย	169 (42.25)	124 (31.00)	95 (23.75)	11 (2.75)	1 (0.25)	4.12 (มาก)	3
มีการเล่นดนตรีสดในร้าน	42 (10.50)	74 (18.50)	156 (39.00)	93 (23.25)	35 (8.75)	2.99 (ปานกลาง)	9
มีการเปิดเพลงฟังในร้าน	48 (12.00)	99 (24.75)	177 (44.25)	57 (14.25)	19 (4.75)	3.25 (ปานกลาง)	7
มีของหวานพิเศษ	33 (8.25)	81 (20.25)	182 (45.50)	72 (18.00)	32 (8.00)	3.03 (ปานกลาง)	8
มีสนามเด็กเล่น	24 (6.00)	59 (14.75)	148 (37.00)	95 (23.75)	74 (18.50)	2.66 (ปานกลาง)	11
มีห้องคาราโอเกะ	43 (10.75)	78 (19.50)	134 (33.50)	88 (22.00)	57 (14.25)	2.90 (ปานกลาง)	10
ค่าเฉลี่ยรวม						3.48 (ปานกลาง)	

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวม 3.48

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ อาหารมีความสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.18 อาหารมีความสดใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.14 อาหารมีรสชาติอร่อย ค่าเฉลี่ย 4.12 มีอาหารหลากหลาย และตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.86 ลักษณะการจัดวางของอาหารดูน่ารับประทาน ค่าเฉลี่ย 3.68 และมีอาหารจานเด็ดที่ไม่เหมือนกับร้านอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.52

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ มีการเปิดเพลงฟังในร้าน ค่าเฉลี่ย 3.25 มีของหวานพิเศษ ค่าเฉลี่ย 3.03 มีการเล่นดนตรีสดในร้าน ค่าเฉลี่ย 2.99 มีห้องคาราโอเกะ ค่าเฉลี่ย 2.90 และมีสนามเด็กเล่น ค่าเฉลี่ย 2.66

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยทางด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกร้านอาหาร

ปัจจัยด้านราคา	มีผลในระดับ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
มีการแสดงราคาไว้ชัดเจน	131 (32.75)	144 (36.00)	112 (28.00)	8 (2.00)	5 (1.25)	3.97 (มาก)	1
ราคาอาหารสมเหตุสมผลยอมรับได้	110 (27.50)	145 (36.25)	133 (33.25)	12 (3.00)	- -	3.88 (มาก)	2
ราคาอาหารถูกกว่าร้านอื่นๆ	80 (20.00)	133 (33.25)	159 (39.75)	25 (6.25)	3 (0.75)	3.66 (มาก)	3
ราคาอาหารใกล้เคียงกับร้านอื่นๆ	63 (15.75)	133 (33.25)	182 (45.50)	17 (4.25)	5 (1.25)	3.58 (มาก)	4
สามารถต่อรองราคาอาหารได้	35 (8.75)	62 (15.50)	143 (35.75)	95 (23.75)	65 (16.25)	2.77 (ปานกลาง)	6
มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	45 (11.25)	58 (14.50)	125 (31.25)	97 (24.25)	75 (18.75)	2.75 (ปานกลาง)	7

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยทางด้านราคาที่มีผลต่อการเลือก
ร้านอาหาร

ปัจจัยด้านราคา	มีผลในระดับ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ไม่ชำระค่าบริการ บัตรเครดิต	84 (21.00)	62 (15.50)	118 (29.50)	71 (17.75)	65 (16.25)	3.07 (ปานกลาง)	5
มีการให้เครดิตลูกค้า ในการชำระเงิน	36 (9.00)	58 (14.50)	129 (32.25)	80 (20.00)	97 (24.25)	2.64 (ปานกลาง)	8
มีการชำระเงินด้วย บัตรเครดิตได้	45 (11.25)	58 (14.50)	125 (31.25)	97 (24.25)	75 (18.75)	2.75 (ปานกลาง)	7
ไม่ชำระค่าบริการ บัตรเครดิต	84 (21.00)	62 (15.50)	118 (29.50)	71 (17.75)	65 (16.25)	3.07 (ปานกลาง)	5
มีการให้เครดิตลูกค้า ในการชำระเงิน	36 (9.00)	58 (14.50)	129 (32.25)	80 (20.00)	97 (24.25)	2.64 (ปานกลาง)	8
ค่าเฉลี่ยรวม						3.29 (ปานกลาง)	

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกใช้บริการ
ร้านอาหารในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวม 3.29

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีการแสดงราคาไว้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย
3.97 ราคาอาหารสมเหตุสมผลยอมรับได้ ค่าเฉลี่ย 3.88 ราคาอาหารถูกกว่าร้านอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.66
และ ราคาอาหารใกล้เคียงกับร้านอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.58

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่ชำระค่าบริการบัตรเครดิต
ค่าเฉลี่ย 3.07 สามารถต่อรองราคาอาหารได้ ค่าเฉลี่ย 2.77 มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ ค่าเฉลี่ย
2.75 และ มีการให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงินได้ ค่าเฉลี่ย 2.64

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกร้านอาหาร

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีผลในระดับ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ร้านอาหารอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่พักอาศัย	79 (19.75)	140 (35.00)	155 (38.75)	23 (5.75)	3 (0.75)	3.67 (มาก)	7
ร้านอาหารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	79 (19.75)	156 (39.00)	139 (34.75)	23 (5.75)	3 (0.75)	3.71 (มาก)	6
ร้านอาหารติดถนนใหญ่เดินทางสะดวก	81 (20.25)	175 (43.75)	133 (33.25)	10 (2.50)	1 (0.25)	3.81 (มาก)	3
ร้านอาหารอยู่ในแหล่งชุมชนสามารถไปทำธุระอย่างอื่นได้	69 (17.25)	171 (42.75)	136 (34.00)	22 (5.50)	2 (0.50)	3.71 (มาก)	6
ร้านอาหารไม่อยู่ในที่พลุกพล่านหรือแออัดจนเกินไป	77 (19.25)	175 (43.75)	129 (32.25)	17 (4.25)	2 (0.50)	3.77 (มาก)	4
มีที่จอดรถสะดวกและกว้างขวางเพียงพอ	129 (32.25)	159 (39.75)	98 (24.50)	11 (2.75)	3 (0.75)	4.00 (มาก)	1
มีสาขาเปิดให้บริการหลายแห่ง	40 (10.00)	92 (23.00)	183 (45.75)	58 (14.50)	27 (6.75)	3.15 (ปานกลาง)	10
จัดโต๊ะไว้รองรับบริการอย่างเพียงพอ	84 (21.00)	163 (40.75)	123 (30.75)	28 (7.00)	2 (0.50)	3.75 (มาก)	5
จัดสถานที่รับบริการอย่างเป็นสัดส่วน	99 (24.75)	155 (38.75)	122 (30.50)	21 (5.25)	3 (0.75)	3.82 (มาก)	2

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มี
ผลต่อการเลือกร้านอาหาร

ปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย	มีผลในระดับ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
อยู่ในสถานที่ ธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ภูเขา	84 (21.00)	105 (26.25)	140 (35.00)	46 (11.50)	25 (6.25)	3.44 (ปานกลาง)	9
ร้านอาหารมี สถานที่ๆมีความเป็น ส่วนตัว	81 (20.25)	134 (33.50)	139 (34.75)	35 (8.75)	11 (2.75)	3.60 (มาก)	8
ค่าเฉลี่ยรวม						3.68 (มาก)	

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการ
เลือกใช้บริการร้านอาหารในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.68

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีที่จอดรถสะดวก
และกว้างขวางเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.00 จัดสถานที่รับบริการอย่างเป็นสัดส่วน ค่าเฉลี่ย 3.82
ร้านอาหารติดถนนใหญ่เดินทางสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.81 ร้านอาหารไม่อยู่ในที่พลุกพล่านหรือแออัด
จนเกินไป ค่าเฉลี่ย 3.77 จัดโต๊ะไว้รองรับบริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.75 ร้านอาหารอยู่ใกล้ที่
ทำงาน/ร้านอาหารอยู่ในแหล่งชุมชนสามารถไปทำธุระอย่างอื่นได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.71
ร้านอาหารอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่พักอาศัย ค่าเฉลี่ย 3.67 และ ร้านอาหารมีสถานที่ๆมีความเป็น
ส่วนตัว ค่าเฉลี่ย 3.60

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ อยู่ใน
สถานที่ธรรมชาติเช่น แม่น้ำ ภูเขา ค่าเฉลี่ย 3.44 และมีสาขาเปิดให้บริการหลายแห่ง ค่าเฉลี่ย 3.15

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านอาหาร

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีผลในระดับ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
มีการส่งเสริมการขายโดยการแจกคูปองลดราคาอาหาร	66 (16.50)	94 (23.50)	138 (34.50)	61 (15.25)	41 (10.25)	3.21 (ปานกลาง)	2
มีคำแนะนำให้มาใช้บริการร้านอาหาร	59 (14.75)	122 (30.50)	165 (41.25)	36 (9.00)	18 (4.50)	3.42 (ปานกลาง)	1
มีการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ในท้องถิ่น	43 (10.75)	98 (24.50)	149 (37.25)	75 (18.75)	35 (8.75)	3.10 (ปานกลาง)	4
มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุท้องถิ่น	44 (11.00)	95 (23.75)	172 (43.00)	59 (14.75)	30 (7.50)	3.16 (ปานกลาง)	3
มีการวิ่งรถโฆษณาในท้องถิ่น	30 (7.50)	70 (17.50)	142 (35.50)	85 (21.25)	73 (18.25)	2.75 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.13 (ปานกลาง)	

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวม 3.13

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ มีคำแนะนำให้มาใช้บริการร้านอาหาร ค่าเฉลี่ย 3.42 มีการส่งเสริมการขายโดยการแจกคูปองลดราคาอาหาร ค่าเฉลี่ย 3.21 มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุท้องถิ่น ค่าเฉลี่ย 3.16 มีการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ในท้องถิ่น ค่าเฉลี่ย 3.10 และ มีการวิ่งรถโฆษณาในท้องถิ่น ค่าเฉลี่ย 2.75

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกร้านอาหาร

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	มีผลในระดับ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
มีความสะดวกในการรับบริการ	123 (30.75)	157 (39.25)	104 (26.00)	15 (3.75)	1 (0.25)	3.96 (มาก)	3
มีการแนะนำสิทธิพิเศษต่างๆก่อนการให้บริการ	96 (24.00)	134 (33.50)	119 (29.75)	38 (9.50)	13 (3.25)	3.66 (มาก)	6
ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	145 (36.25)	136 (34.00)	100 (25.00)	17 (4.25)	2 (0.50)	4.01 (มาก)	2
ให้บริการด้วยความถูกต้อง	148 (37.00)	133 (33.25)	105 (26.25)	12 (3.00)	2 (0.50)	4.03 (มาก)	1
ให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน	143 (35.75)	145 (36.25)	89 (22.25)	20 (5.00)	3 (0.75)	4.01 (มาก)	2
มีการทวนรายการอาหารให้กับลูกค้าทุกครั้ง	105 (26.25)	146 (36.50)	98 (24.50)	42 (10.50)	9 (2.25)	3.74 (มาก)	5
มีการรับจองโต๊ะล่วงหน้า	60 (15.00)	136 (34.00)	149 (37.25)	40 (10.00)	15 (3.75)	3.46 (ปานกลาง)	8
มีการให้ใบเสร็จรับเงินทุกครั้ง	103 (25.75)	123 (30.75)	100 (25.00)	50 (12.50)	24 (6.00)	3.58 (มาก)	7
เวลาเปิด-ปิดของร้านมีความสะดวกในการใช้บริการ	95 (23.75)	142 (35.50)	140 (35.00)	18 (4.50)	5 (1.25)	3.76 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.80 (มาก)	

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.80

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ให้บริการด้วยความถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 4.03 ให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน/ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.01 มีความสะดวกในการรับบริการ ค่าเฉลี่ย 3.96 เวลาเปิด-ปิดของร้านมีความสะดวกในการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.76 มีการแนะนำสิทธิพิเศษต่างๆก่อนการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.66 มีการทวนรายการอาหารให้กับลูกค้าทุกครั้ง ค่าเฉลี่ย 3.74 และ มีการให้ใบเสร็จรับเงินทุกครั้ง ค่าเฉลี่ย 3.58

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ มีการรับจองโต๊ะล่วงหน้า ค่าเฉลี่ย 3.46

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกร้านอาหาร

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	มีผลในระดับ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในร้าน	166 (41.50)	132 (33.00)	91 (22.75)	8 (2.00)	3 (0.75)	4.12 (มาก)	1
บรรยากาศ การตกแต่งร้าน	150 (37.50)	136 (34.00)	99 (24.75)	15 (3.75)	- -	4.05 (มาก)	2
แบบฟอร์มของพนักงานคู่มือ	97 (24.25)	134 (33.50)	126 (31.50)	29 (7.25)	14 (3.50)	3.68 (มาก)	5
มีไม้จิ้มฟัน ทิชชู เครื่องปรุงอยู่บนโต๊ะครบ	129 (33.25)	146 (36.50)	111 (27.25)	14 (3.50)	- -	3.98 (มาก)	3
สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น มีป้ายบอกทางเดินเข้า - ออก มีป้ายบอกทางไปสุขาชัดเจน	121 (30.25)	150 (37.50)	102 (25.50)	24 (6.00)	3 (0.75)	3.90 (มาก)	4

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกร้านอาหาร

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	มีผลในระดับ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
จัดสถานที่รอบๆร้านสวยงาม	117 (29.25)	153 (38.25)	107 (26.75)	21 (5.25)	2 (0.50)	3.90 (มาก)	4
ห้องน้ำสะอาด	181 (45.25)	105 (26.25)	73 (18.25)	35 (8.75)	6 (1.50)	4.05 (มาก)	2
มีห้องที่รองรับแขกได้ในปริมาณมาก	90 (22.50)	116 (29.00)	140 (35.00)	42 (10.50)	12 (3.00)	3.58 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.91 (มาก)	

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.91

ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.12 บรรยากาศการตกแต่งร้าน/ห้องน้ำสะอาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 มีไม้จิ้มฟัน ทิชชู เครื่องปรุงอยู่บน โต๊ะครบ ค่าเฉลี่ย 3.98 สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น มีป้ายบอกทางเดินเข้า-ออก มีป้ายบอกทางไปสุขาซัดเจน/จัดสถานที่รอบๆร้านสวยงาม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 แบบฟอร์มของพนักงานคู่มือ ค่าเฉลี่ย 3.68 และ มีห้องที่รองรับแขกได้ในปริมาณมาก ค่าเฉลี่ย 3.58

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยทางด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกร้านอาหาร

ปัจจัยด้านบุคลากร	มีผลในระดับ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานมีธรรมาสัยดี	183 (45.75)	109 (27.25)	97 (24.25)	9 (2.25)	2 (0.50)	4.16 (มาก)	1
พนักงานให้การต้อนรับด้วยความสุภาพ	175 (43.75)	121 (30.25)	96 (24.00)	8 (2.00)	- -	4.16 (มาก)	1
พนักงานแต่งกายสะอาด บุคลิกดี	146 (36.50)	135 (33.75)	105 (26.25)	14 (3.50)	- -	4.03 (มาก)	4
พนักงานหน้าตาดี	85 (21.25)	93 (23.25)	174 (43.50)	43 (10.75)	5 (1.25)	3.52 (มาก)	9
พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการแก่ลูกค้า	171 (42.75)	119 (29.75)	98 (24.50)	11 (2.75)	1 (0.25)	4.12 (มาก)	2
พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ	170 (42.50)	115 (28.75)	105 (26.25)	10 (2.50)	- -	4.11 (มาก)	3
พนักงานปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่ว ชำนาญ	139 (34.75)	147 (36.75)	94 (23.50)	20 (5.00)	- -	4.01 (มาก)	6
พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	123 (30.75)	141 (35.25)	107 (26.75)	25 (6.25)	4 (1.00)	3.88 (มาก)	8
พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา	147 (36.75)	137 (34.25)	95 (23.75)	19 (4.75)	2 (0.50)	4.02 (มาก)	5
มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ	143 (35.75)	134 (33.50)	101 (25.25)	20 (5.00)	2 (0.50)	3.99 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						4.00 (มาก)	

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.00

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีอัธยาศัยดี/พนักงานให้การต้อนรับด้วยความสุภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 4.16 พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.12 พนักงานมีความซื่อสัตย์น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.11 พนักงานแต่งกายสะอาด บุคลิกดี ค่าเฉลี่ย 4.03 พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา ค่าเฉลี่ย 4.02 พนักงานปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่ว ชำนาญ ค่าเฉลี่ย 4.01 มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.99 พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ค่าเฉลี่ย 3.88 และ พนักงานหน้าตาดี ค่าเฉลี่ย 3.52

ตารางที่ 25 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหาร

อันดับที่	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1	ปัจจัยด้านบุคลากร	4.00 (มาก)
2	ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.91 (มาก)
3	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.80 (มาก)
4	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.68 (มาก)
5	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.48 (ปานกลาง)
6	ปัจจัยด้านราคา	3.29 (ปานกลาง)
7	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.13 (ปานกลาง)

จากตารางพบว่า ปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ย 3.91 และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.80

ตารางที่ 26 สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก

อันดับที่	ปัจจัยย่อยด้าน	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1	อาหารมีความสะอาด	ผลิตภัณฑ์	4.18 (มาก)
2	พนักงานมีอัธยาศัยดี	บุคลากร	4.16 (มาก)
	พนักงานให้การต้อนรับด้วยความสุภาพ	บุคลากร	4.16 (มาก)
3	อาหารมีความสดใหม่	ผลิตภัณฑ์	4.14 (มาก)
4	อาหารมีรสชาติอร่อย	ผลิตภัณฑ์	4.12 (มาก)
	มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในร้าน	ลักษณะทางกายภาพ	4.12 (มาก)
	พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการแก่ลูกค้า	บุคลากร	4.12 (มาก)
5	พนักงานมีความซื่อสัตย์น่าเชื่อถือ	บุคลากร	4.11 (มาก)

ตารางที่ 26 (ต่อ)สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
10 อันดับแรก

อันดับที่	ปัจจัยย่อยด้าน	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
6	บรรยากาศ การตกแต่ง ร้าน	ลักษณะทางกายภาพ	4.05 (มาก)
7	ให้บริการด้วยความ ถูกต้อง	กระบวนการให้บริการ	4.03 (มาก)
	พนักงานแต่งกาย สะอาด บุคลิกดี	บุคลากร	4.03 (มาก)
8	พนักงานมีความพร้อม ในการให้บริการ ตลอดเวลา	บุคลากร	4.02 (มาก)
9	ให้บริการด้วยความ รวดเร็ว	กระบวนการให้บริการ	4.01 (มาก)
	ให้บริการด้วยความ เสมอภาคเท่าเทียมกัน	กระบวนการให้บริการ	4.01 (มาก)
	พนักงานปฏิบัติงาน ด้วยความคล่องแคล่ว ชำนาญ	บุคลากร	4.01 (มาก)
10	มีที่จอดรถสะดวกและ กว้างขวางเพียงพอ	ช่องทางการจัด จำหน่าย	4.01 (มาก)

จากตารางพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อาหารมีความสะอาด
ค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาคือ พนักงานมีอัธยาศัยดี และ พนักงานให้การต้อนรับด้วยความสุภาพ
ค่าเฉลี่ย 4.16 เท่ากัน และอาหารมีความสดใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.14

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหาร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา และ รายได้ต่อเดือน

4.1 พฤติกรรมที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหาร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลคือ ระดับการศึกษา

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของอาหาร

ที่ผู้บริโภคท้องถิ่นเลือกรับประทานที่ร้านอาหารบ้อยที่สุดจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 34 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 96 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. จำนวน 57 คน รวมผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นจำนวน 187 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับ การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 192 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 21 คน รวมผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป เป็นจำนวน 213 คน

ประเภทของอาหาร	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป	
อาหารพื้นบ้าน	92 (49.20)	82 (38.50)	174 (43.50)
อาหารไทย	85 (45.45)	115 (53.99)	200 (50.00)
อาหารจีน	5 (2.67)	10 (4.69)	15 (3.75)

ตารางที่ 27 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของอาหาร
ที่ผู้บริโภคท้องถิ่นเลือกรับประทานที่ร้านอาหารบ๋อยที่สุดจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ประเภทของอาหาร	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป	
อาหารฝรั่ง	3 (1.60)	2 (0.94)	5 (1.25)
อื่นๆ	2 (1.07)	4 (1.88)	6 (1.50)
รวม	187 (100.00)	213 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่
รับประทานอาหารพื้นบ้าน ร้อยละ 49.20 รองลงมาคือ อาหารไทย ร้อยละ 45.45 และ อาหารจีน
ร้อยละ 2.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่รับประทานอาหาร
ไทย ร้อยละ 53.99 รองลงมาคือ อาหารพื้นบ้าน ร้อยละ 38.50 และ อาหารจีน ร้อยละ 4.69

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของร้านอาหาร
ที่ผู้บริโภคท้องถิ่นเลือกใช้บริการบ่อยที่สุดจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ประเภทของร้านอาหาร	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป	
ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด/อาหาร จานด่วน	5 (2.67)	18 (8.45)	23 (5.75)
สวนอาหาร	22 (11.76)	54 (25.35)	76 (19.00)
ร้านอาหารตามสั่ง/ร้านทั่วไป	124 (66.31)	102 (47.89)	226 (56.50)
ภัตตาคาร/ร้านอาหารขนาด ใหญ่	7 (3.74)	15 (7.04)	22 (5.50)
ผับ	3 (1.60)	3 (1.41)	6 (1.50)
สุกี้/หมูกระทะ	26 (13.90)	21 (9.86)	47 (11.75)
อื่นๆ	- -	- -	- -
รวม	187 (100.00)	213 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่
รับประทานอาหารที่ร้านอาหารตามสั่ง/ร้านทั่วไป ร้อยละ 66.31 รองลงมาคือ สุกี้/หมูกระทะ
ร้อยละ 13.90 และ สวนอาหาร ร้อยละ 11.76

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่รับประทานอาหารที่
ร้านอาหารตามสั่ง/ร้านทั่วไป ร้อยละ 47.89 รองลงมาคือ สวนอาหาร ร้อยละ 25.35 และ สุกี้/หมู
กระทะ ร้อยละ 9.86

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทำเลที่ตั้งของ
ร้านอาหารที่ผู้บริโภคท้องถิ่นเลือกใช้บริการบ่อยที่สุดจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ลักษณะทำเลที่ตั้งของ ร้านอาหาร	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป	
ใกล้บ้าน	42 (22.46)	46 (21.60)	88 (22.00)
ใกล้ที่ทำงาน	59 (31.55)	71 (33.33)	130 (32.50)
อยู่ในเขตตัวเมือง	32 (17.11)	46 (21.60)	78 (19.50)
อยู่ในเขตนอกเมือง	11 (5.88)	7 (3.29)	18 (4.50)
ระยะทางไม่สำคัญแต่การ คมนาคมต้องสะดวก	41 (21.93)	41 (19.25)	82 (20.50)
อื่นๆ	2 (1.07)	2 (0.94)	4 (1.00)
รวม	187 (100.00)	213 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่เลือก
ที่ตั้งของร้านอาหารใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 31.55 รองลงมาคือ ใกล้บ้าน ร้อยละ 22.46 และ ระยะทาง
ไม่สำคัญแต่การคมนาคมต้องสะดวก ร้อยละ 21.93

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกที่ตั้งของร้านอาหาร
ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ ใกล้บ้าน ร้อยละ 21.60 และ ระยะทางไม่สำคัญแต่การ
คมนาคมต้องสะดวก ร้อยละ 19.25

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ที่มีส่วนมากที่สุด
ในการชักชวนผู้บริโภคร้องถิ่น ไปใช้บริการร้านอาหารจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ผู้ที่มีส่วนในการชักชวนไปใช้ บริการร้านอาหาร	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป	
คนในครอบครัว	56 (29.95)	80 (37.56)	136 (34.00)
คนรัก	14 (7.49)	20 (9.39)	34 (8.50)
เพื่อน	105 (56.15)	94 (44.13)	199 (49.75)
หัวหน้าที่ทำงาน	3 (1.60)	8 (3.76)	11 (2.75)
ลูกน้องในที่ทำงาน	6 (3.21)	8 (3.76)	14 (3.50)
อื่นๆ	3 (1.60)	3 (1.41)	6 (1.50)
รวม	187 (100.00)	213 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีผู้ที่มีส่วนในการชักชวนไปใช้บริการร้านอาหารที่เป็นเพื่อน ร้อยละ 56.15 รองลงมาคือ คนในครอบครัว ร้อยละ 29.95 และ คนรัก ร้อยละ 7.49

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีผู้ที่มีส่วนในการชักชวนไปใช้บริการร้านอาหารที่เป็นเพื่อน ร้อยละ 44.13 รองลงมาคือ คนในครอบครัว ร้อยละ 37.56 และ คนรัก ร้อยละ 9.39

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวันที่ผู้บริโภคร้องถิ่น
ไปใช้บริการร้านอาหารบ่อยที่สุดจำแนกตาม ระดับการศึกษา

วันที่ใช้บริการร้านอาหาร	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป	
วันหยุด	26 (13.90)	52 (29.41)	78 (19.50)
วันสำคัญของคนใน ครอบครัว	17 (9.09)	19 (8.92)	36 (9.00)
วันเทศกาลต่างๆ	23 (12.30)	24 (11.27)	47 (11.75)
ไม่แน่นอน	114 (60.96)	109 (51.17)	223 (55.75)
อื่นๆ	7 (3.74)	9 (4.23)	16 (4.00)
รวม	187 (100.00)	213 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไป
ใช้บริการร้านอาหารในวันไม่แน่นอน ร้อยละ 60.96 รองลงมาคือ วันหยุด ร้อยละ 13.90 และ
วันเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 12.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหาร
ในวันไม่แน่นอน ร้อยละ 51.17 รองลงมาคือ วันหยุด ร้อยละ 29.41 และ วันเทศกาลต่างๆ ร้อยละ
11.27

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเวลาที่ผู้บริโภคท้องถิ่น
ไปใช้บริการร้านอาหารบ่อยที่สุดจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ร้านอาหาร	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป	
เช้า	3 (1.60)	2 (0.94)	5 (1.25)
กลางวัน	61 (32.62)	58 (27.23)	119 (29.75)
เย็น	68 (36.36)	123 (57.75)	191 (47.75)
ไม่แน่นอน	55 (29.41)	30 (14.08)	85 (21.25)
รวม	187 (100.00)	213 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไป
ใช้บริการร้านอาหารช่วงเย็น ร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ ช่วงกลางวัน ร้อยละ 32.62 และ ไม่
แน่นอน ร้อยละ 29.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหาร
ช่วงเย็น ร้อยละ 57.75 รองลงมาคือ ช่วงกลางวัน ร้อยละ 27.23 และ ไม่แน่นอน ร้อยละ 14.08

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ที่ผู้บริโภคท้องถิ่นไปใช้บริการร้านอาหารภายในหนึ่งเดือนจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ความถี่ในการใช้บริการ ร้านอาหารภายในหนึ่งเดือน	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป	
น้อยกว่า 2 ครั้ง	52 (27.81)	44 (20.66)	96 (24.00)
2-4 ครั้ง	58 (31.02)	83 (38.97)	141 (35.25)
มากกว่า 4 ครั้ง	69 (36.90)	82 (38.50)	151 (37.75)
อื่นๆ	8 (4.28)	4 (1.88)	12 (3.00)
รวม	187 (100.00)	213 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารมากกว่า 4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 36.90 รองลงมาคือ 2-4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 31.02 และ น้อยกว่า 2 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 27.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหาร 2-4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 38.97 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 38.50 และน้อยกว่า 2 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 20.66

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงของเดือนที่ผู้บริโภค
 ต้องเดินทางไปใช้บริการร้านอาหารจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ช่วงของเดือนในการใช้ บริการร้านอาหาร	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป	
ต้นเดือน	31 (16.58)	24 (11.27)	55 (13.75)
กลางเดือน	4 (2.14)	5 (2.35)	9 (2.25)
ปลายเดือน	21 (11.23)	32 (15.02)	53 (13.25)
ไม่แน่นอน	131 (70.05)	152 (71.36)	283 (70.75)
รวม	187 (100.00)	213 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไป
 ใช้บริการร้านอาหารในแต่ละช่วงของเดือนที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 70.05 รองลงมาคือ ต้นเดือน ร้อยละ
 16.58 และ ปลายเดือน ร้อยละ 11.23

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหาร
 ในแต่ละช่วงของเดือนที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 71.36 รองลงมาคือ ปลายเดือน ร้อยละ 15.02 และ
 ต้นเดือน ร้อยละ 11.27

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนผู้ที่เข้าร่วมใช้บริการ
ร้านอาหารกับผู้บริโภคท้องถิ่นในแต่ละครั้งจำแนกตาม ระดับการศึกษา

จำนวนผู้ร่วมใช้บริการ ร้านอาหาร	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป	
น้อยกว่า 3 คน	47 (25.13)	33 (15.49)	80 (20.00)
3-6 คน	63 (33.69)	118 (55.40)	181 (45.25)
มากกว่า 6 คน	16 (8.56)	19 (8.92)	35 (8.75)
ไม่แน่นอน	61 (32.62)	43 (20.19)	104 (26.00)
รวม	187 (100.00)	213 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมใช้บริการร้านอาหารในแต่ละครั้งจำนวน 3-6 คน ร้อยละ 33.69 รองลงมาคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 32.62 และ น้อยกว่า 3 คน ร้อยละ 25.13

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมใช้บริการร้านอาหารในแต่ละครั้งจำนวน 3-6 คน ร้อยละ 55.40 รองลงมาคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 20.19 และ น้อยกว่า 3 คน ร้อยละ 15.49

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อคนในแต่ละครั้ง
ที่ผู้บริโภคท้องถิ่นใช้บริการร้านอาหารจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งในการ ใช้บริการร้านอาหาร	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป	
น้อยกว่า 50 บาท	40 (21.39)	19 (8.92)	59 (14.75)
50-100 บาท	65 (34.76)	42 (19.72)	107 (26.75)
101-200 บาท	39 (20.86)	53 (24.88)	92 (23.00)
201-500 บาท	13 (6.95)	43 (20.19)	56 (14.00)
501-1,000 บาท	26 (13.90)	35 (16.43)	61 (15.25)
1,001-2,000 บาท	3 (1.60)	18 (8.45)	21 (5.25)
มากกว่า 2,000 บาท	1 (0.53)	3 (1.41)	4 (1.00)
รวม	187 (100.00)	213 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มี
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งในการใช้บริการร้านอาหารระหว่าง 50-100 บาท ร้อยละ 34.76 รองลงมาคือ
น้อยกว่า 50 บาท ร้อยละ 21.39 และ 101-200 บาท ร้อยละ 20.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อ
ครั้งในการใช้บริการร้านอาหารระหว่าง 101-200 บาท ร้อยละ 24.88 รองลงมาคือ 201-500 บาท
ร้อยละ 20.19 และ 50-100 บาท ร้อยละ 19.72

4.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่น ต่อการเลือกร้านอาหาร
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลคือ ระดับการศึกษา

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือก
ร้านอาหารจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n= 187	ปริญญาตรีขึ้นไป n= 213	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอาหารหลากหลายและ ตรงกับความต้องการ	3.78 (มาก)	3.93 (มาก)	3.86 (มาก)
มีอาหารจานเด็ดที่ไม่ เหมือนกับร้านอื่นๆ	3.42 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.52 (มาก)
ลักษณะการจัดวางของ อาหารดูน่ารับประทาน	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)	3.68 (มาก)
อาหารมีความสดใหม่	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.14 (มาก)
อาหารมีความสะอาด	4.05 (มาก)	4.29 (มาก)	4.18 (มาก)
อาหารมีรสชาติอร่อย	3.98 (มาก)	4.25 (มาก)	4.12 (มาก)
มีการเล่นดนตรีสดในร้าน	2.90 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
มีการเปิดเพลงฟังในร้าน	3.24 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

ตารางที่ 37 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n= 187	ปริญญาตรีขึ้นไป n= 213	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีของหวานพิเศษ	2.98 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
มีสนามเด็กเล่น	2.64 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
มีห้องคาราโอเกะ	3.09 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
รวม	3.43 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีอาหารหลากหลายและตรงกับความต้องการ ลักษณะการจัดวางของอาหารดูน่ารับประทาน อาหารมีความสดใหม่ สะอาด และรสชาติอร่อย ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีอาหารจานเด็ดที่ไม่เหมือนกับร้านอื่นๆ มีการเล่นดนตรีสดในร้าน มีการเปิดเพลงฟังในร้าน มีของหวานพิเศษ มีสนามเด็กเล่น และมีห้องคาราโอเกะ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีอาหารหลากหลายและตรงกับความต้องการ มีอาหารจานเด็ดที่ไม่เหมือนกับร้านอื่นๆ ลักษณะการจัดวางของอาหารดูน่ารับประทาน อาหารมีความสดใหม่ สะอาด และรสชาติอร่อย ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีการเล่นดนตรีสดในร้าน มีการเปิดเพลงฟังในร้าน มีของหวานพิเศษ มีสนามเด็กเล่น และมีห้องคาราโอเกะ

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหาร
จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n= 187	ปริญญาตรีขึ้นไป n= 213	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีการแสดงราคาไว้ชัดเจน	3.88 (มาก)	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)
ราคาอาหารสมเหตุสมผล ยอมรับได้	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)
ราคาอาหารถูกกว่าร้าน อื่นๆ	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)
ราคาอาหารใกล้เคียงกับ ร้านอื่นๆ	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)
สามารถต่อรองราคาอาหาร ได้	2.79 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
มีการชำระเงินด้วยบัตร เครดิตได้	2.66 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
ไม่ชำระค่าบริการบัตร เครดิต	2.98 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีการให้เครดิตลูกค้าใน การชำระเงิน	2.63 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
รวม	3.25 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีการแสดงราคาไว้ชัดเจน ราคาอาหารสมเหตุสมผลยอมรับได้ ราคาอาหารถูกกว่าร้านอื่นๆ และราคาอาหารใกล้เคียงกับร้านอื่นๆ ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ สามารถต่อรองราคาอาหารได้ มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ ไม่ชาร์จค่าบริการบัตรเครดิต และมีการให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน

ตารางที่ 39 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n= 187	ปริญญาตรีขึ้นไป n= 213	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ร้านอาหารอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่พักอาศัย	3.66 (มาก)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)
ร้านอาหารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)
ร้านอาหารติดถนนใหญ่ เดินทางสะดวก	3.76 (มาก)	3.86 (มาก)	3.81 (มาก)
ร้านอาหารอยู่ในแหล่ง ชุมชนสามารถไปทำธุระ อย่างอื่นได้	3.68 (มาก)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)
ร้านอาหารไม่อยู่ในที่ พลุกพล่านหรือแออัด จนเกินไป	3.68 (มาก)	3.85 (มาก)	3.77 (มาก)

ตารางที่ 39 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่น
ต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n= 187	ปริญญาตรีขึ้นไป n= 213	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีที่จอดรถสะดวก และ กว้างขวางเพียงพอ	3.81 (มาก)	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)
มีสาขาเปิดให้บริการหลาย แห่ง	3.13 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
จัดโต๊ะไว้รองรับบริการ อย่างเพียงพอ	3.73 (มาก)	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)
จัดสถานที่รับบริการอย่าง เป็นสัดส่วน	3.72 (มาก)	3.90 (มาก)	3.81 (มาก)
อยู่ในสถานที่ธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ภูเขา	3.34 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
ร้านอาหารมีสถานที่ๆมี ความเป็นส่วนตัว	3.48 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.60 (มาก)
รวม	3.61 (มาก)	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า
ปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ
ร้านอาหารอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่พักอาศัย ร้านอาหารอยู่ใกล้ที่ทำงาน ร้านอาหารติดถนนใหญ่
เดินทางสะดวก ร้านอาหารอยู่ในแหล่งชุมชนสามารถไปทำธุระอย่างอื่นได้ ร้านอาหารไม่อยู่ในที่
พลุกพล่านหรือแออัดจนเกินไป มีที่จอดรถสะดวก และกว้างขวางเพียงพอ จัดโต๊ะไว้รองรับบริการ

อย่างเพียงพอ และจัดสถานที่รับบริการอย่างเป็นสัดส่วน ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีสาขาเปิดให้บริการหลายแห่ง อยู่ในสถานที่ธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ภูเขา และร้านอาหารมีสถานที่ ๆ มีความเป็นส่วนตัว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ ร้านอาหารอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่พักอาศัย ร้านอาหารอยู่ใกล้ที่ทำงาน ร้านอาหารติดถนนใหญ่เดินทางสะดวก ร้านอาหารอยู่ในแหล่งชุมชนสามารถไปทำธุระอย่างอื่นได้ ร้านอาหารไม่อยู่ในที่พลุกพล่านหรือแออัดจนเกินไป มีที่จอดรถสะดวก และกว้างขวางเพียงพอ จัดโต๊ะไว้รองรับบริการอย่างเพียงพอ จัดสถานที่รับบริการอย่างเป็นสัดส่วน ร้านอาหารอยู่ในสถานที่ที่เป็นธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ภูเขา และร้านอาหารมีสถานที่ ๆ มีความเป็นส่วนตัว ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีสาขาเปิดให้บริการหลายแห่ง

ตารางที่ 40 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่น
ต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n= 187	ปริญญาตรีขึ้นไป n= 213	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีการส่งเสริมการขายโดย การแจกคูปองลดราคา อาหาร	3.18 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
มีคำแนะนำให้มาใช้บริการ ร้านอาหาร	3.41 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
มีการโฆษณาทางสื่อ สิ่งพิมพ์ในท้องถิ่น	3.12 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุ ท้องถิ่น	3.20 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
มีการวิ่งรถโฆษณาใน ท้องถิ่น	2.72 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
รวม	3.13 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีการส่งเสริมการขายโดยการแจกคูปองลดราคาอาหาร มีคำแนะนำให้มาใช้บริการร้านอาหาร มีการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ในท้องถิ่น มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุท้องถิ่น และมีการวิ่งรถโฆษณาในท้องถิ่น

ตารางที่ 41 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่น
ต่อการเลือกร้านอาหารจําแนกตาม ระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n= 187	ปริญญาตรีขึ้นไป n= 213	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีความสะดวกในการรับ บริการ	3.87 (มาก)	4.05 (มาก)	3.96 (มาก)
มีการแนะนำสิทธิพิเศษ ต่างๆก่อนการให้บริการ	3.60 (มาก)	3.70 (มาก)	3.66 (มาก)
ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	3.87 (มาก)	4.14 (มาก)	4.01 (มาก)
ให้บริการด้วยความถูกต้อง	3.89 (มาก)	4.15 (มาก)	4.03 (มาก)
ให้บริการด้วยความเสมอ ภาคเท่าเทียมกัน	3.87 (มาก)	4.14 (มาก)	4.01 (มาก)
มีการทวนรายการอาหาร ให้กับลูกค้าทุกครั้ง	3.54 (มาก)	3.92 (มาก)	3.74 (มาก)
มีการรับจองโต๊ะล่วงหน้า	3.44 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
มีการให้ใบเสร็จรับเงินทุก ครั้ง	3.48 (ปานกลาง)	3.67 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
เวลาเปิด-ปิดของร้านมี ความสะดวกในการใช้ บริการ	3.70 (มาก)	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)
รวม	3.69 (มาก)	3.90 (มาก)	3.80 (มาก)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีความสะดวกในการรับบริการ มีการแนะนำสิทธิพิเศษต่างๆก่อนการบริการ ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ให้บริการด้วยความถูกต้อง ให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีการทวนรายการอาหารให้กับลูกค้าทุกครั้ง และเวลาเปิดปิดของร้านมีความสะดวกในการใช้บริการ ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีการรับจองโต๊ะล่วงหน้า และมีการให้บริการเสิร์ฟรับเงินทุกครั้ง

ตารางที่ 42 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n= 187	ปริญญาตรีขึ้นไป n= 213	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีความสะอาดเป็นระเบียบ เรียบร้อยภายในร้าน	3.97 (มาก)	4.26 (มาก)	4.13 (มาก)
บรรยากาศ การตกแต่งร้าน	3.95 (มาก)	4.15 (มาก)	4.05 (มาก)
แบบฟอร์มของพนักงานดูดี	3.61 (มาก)	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)
มีไม้จิ้มฟัน ทิชชู เครื่องปรุงอยู่บนโต๊ะครบ	4.01 (มาก)	3.94 (มาก)	3.97 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวก ครบครัน เช่น มีป้ายบอก ทางเดินเข้า - ออก มีป้าย บอกทางไปสุขาชัดเจน	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.90 (มาก)

ตารางที่ 42 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่น
ต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n= 187	ปริญญาตรีขึ้นไป n= 213	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จัดสถานที่รอบๆร้าน สวยงาม	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	3.91 (มาก)
ห้องน้ำสะอาด	3.89 (มาก)	4.19 (มาก)	4.05 (มาก)
มีห้องที่รองรับแขกได้ใน ปริมาณมาก	3.52 (มาก)	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)
รวม	3.83 (มาก)	3.98 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในร้าน บรรยากาศการตกแต่งร้านดี แบบฟอร์มของพนักงานดูดี มีไม้จิ้มฟัน ทิชชู เครื่องปรุงอยู่บนโต๊ะครบ สิ่งอำนวยความสะดวกครบ ครัน เช่น มีป้ายบอกทางเดินเข้า-ออก มีป้ายบอกทางไปสุขาชัดเจน จัดสถานที่รอบๆร้านสวยงาม ห้องน้ำสะอาด และมีห้องที่รองรับแขกได้ในปริมาณมาก

ตารางที่ 43 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n= 187	ปริญญาตรีขึ้นไป n= 213	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีอัธยาศัยดี	3.96 (มาก)	4.33 (มาก)	4.15 (มาก)
พนักงานให้การต้อนรับ ด้วยความสุภาพ	4.02 (มาก)	4.28 (มาก)	4.16 (มาก)
พนักงานแต่งกายสะอาด บุคลิกดี	3.93 (มาก)	4.13 (มาก)	4.03 (มาก)
พนักงานหน้าตาดี	3.49 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.52 (มาก)
พนักงานมีความเต็มใจใน การให้บริการแก่ลูกค้า	3.94 (มาก)	4.28 (มาก)	4.12 (มาก)
พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ	3.94 (มาก)	4.26 (มาก)	4.11 (มาก)
พนักงานปฏิบัติงานด้วย ความคล่องแคล่ว ชำนาญ	3.92 (มาก)	4.09 (มาก)	4.01 (มาก)
พนักงานมีความสามารถในการ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.79 (มาก)	3.97 (มาก)	3.89 (มาก)
พนักงานมีความพร้อมใน การให้บริการตลอดเวลา	3.88 (มาก)	4.14 (มาก)	4.02 (มาก)

ตารางที่ 43 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n= 187	ปริญญาตรีขึ้นไป n= 213	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ	3.88 (มาก)	4.09 (มาก)	3.99 (มาก)
รวม	3.87 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ พนักงานมีอัธยาศัยดี พนักงานให้การต้อนรับด้วยความสุภาพ พนักงานแต่งกายสะอาด บุคลิกดี พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการแก่ลูกค้า พนักงานมีความซื่อสัตย์น่าเชื่อถือ พนักงานปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่วชำนาญ พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา และมีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ พนักงานมีหน้าตาดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ พนักงานมีอัธยาศัยดี พนักงานให้การต้อนรับด้วยความสุภาพ พนักงานแต่งกายสะอาด บุคลิกดี พนักงานหน้าตาดี พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการแก่ลูกค้า พนักงานมีความซื่อสัตย์น่าเชื่อถือ พนักงานปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่วชำนาญ พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา และมีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ

4.3 พฤติกรรมที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหาร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลคือ รายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของอาหาร ที่ผู้บริโภคท้องถิ่นเลือกรับประทานที่ร้านอาหารบ้อยที่สุดจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท มีจำนวน 88 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีจำนวน 53 คน รวมผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท เป็นจำนวนทั้งสิ้น 141 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท เป็นจำนวน 27 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท เป็นจำนวน 30 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท เป็นจำนวน 36 คน รวมผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท เป็นจำนวนทั้งสิ้น 93 คน

ประเภทของอาหาร	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
อาหารพื้นบ้าน	81 (48.80)	58 (41.13)	35 (37.63)	174 (43.50)
อาหารไทย	79 (47.59)	76 (53.90)	45 (48.39)	200 (50.00)
อาหารจีน	1 (0.60)	5 (3.55)	9 (9.68)	15 (3.75)
อาหารฝรั่ง	2 (1.20)	2 (1.42)	1 (1.08)	5 (1.25)
อื่นๆ	3 (1.81)	-	3 (3.23)	6 (1.50)
รวม	166 (100.00)	141 (100.00)	93 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่รับประทานอาหารพื้นบ้าน ร้อยละ 48.80 รองลงมาคือ อาหารไทย ร้อยละ 47.59 และ อื่นๆ ร้อยละ 1.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทย ร้อยละ 53.90 รองลงมาคือ อาหารพื้นบ้าน ร้อยละ 41.13 และ อาหารจีน ร้อยละ 3.55

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทย ร้อยละ 48.39 รองลงมาคือ อาหารพื้นบ้าน ร้อยละ 37.63 และ อาหารจีน ร้อยละ 9.68

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของร้านอาหารที่ผู้บริโภคท้องถิ่นเลือกใช้บริการบ่อยที่สุดจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ประเภทของร้านอาหาร	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด/ อาหารจานด่วน	10 (6.02)	10 (7.09)	3 (3.23)	23 (5.75)
สวนอาหาร	10 (6.02)	32 (22.70)	34 (36.56)	76 (19.00)
ร้านอาหารตามสั่ง/ร้าน ทั่วไป	116 (69.88)	75 (53.19)	35 (37.63)	226 (56.50)
ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ขนาดใหญ่	1 (0.60)	7 (4.96)	14 (15.05)	22 (5.50)
ผับ	2 (1.20)	3 (2.13)	1 (1.08)	6 (1.50)
สุกี้/หมกกระทะ	27 (16.27)	14 (9.93)	6 (6.45)	47 (11.75)
อื่นๆ	- -	- -	- -	- -
รวม	166 (100.00)	141 (100.00)	93 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่รับประทานอาหารที่ร้านอาหารตามสั่ง/ร้านทั่วไป ร้อยละ 69.88 รองลงมาคือ สุกี้/หมูกระทะ ร้อยละ 16.27 และ ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด/อาหารจานด่วน และสวนอาหาร ค่าเท่ากันคือ ร้อยละ 6.02

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่รับประทานอาหารที่ร้านอาหารตามสั่ง/ร้านทั่วไป ร้อยละ 53.19 รองลงมาคือ สวนอาหาร ร้อยละ 22.70 และ สุกี้/หมูกระทะ ร้อยละ 9.93

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่รับประทานอาหารที่ร้านอาหารตามสั่ง/ร้านทั่วไป ร้อยละ 37.63 รองลงมาคือ สวนอาหาร ร้อยละ 36.56 และภัตตาคาร/ร้านอาหารขนาดใหญ่ ร้อยละ 15.05

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทำเลที่ตั้งของร้านอาหารที่ผู้บริโภคท้องถิ่นเลือกใช้บริการบ่อยที่สุดจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ลักษณะทำเลที่ตั้งของ ร้านอาหาร	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
ใกล้บ้าน	39 (23.49)	27 (19.15)	22 (23.66)	88 (22.00)
ใกล้ที่ทำงาน	58 (34.94)	52 (36.88)	20 (21.51)	130 (32.50)
อยู่ในเขตตัวเมือง	31 (18.67)	30 (21.28)	17 (18.28)	78 (19.50)
อยู่ในเขตนอกเมือง	4 (2.41)	8 (5.67)	6 (6.45)	18 (4.50)
ระยะทางไม่สำคัญแต่ การคมนาคมต้องสะดวก	30 (18.07)	24 (17.02)	28 (30.11)	82 (20.50)
อื่นๆ	4 (2.41)	- -	- -	4 (1.00)
รวม	166 (100.00)	141 (100.00)	93 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกที่ตั้งของร้านอาหารใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 34.94 รองลงมาคือ ใกล้บ้าน ร้อยละ 23.49 และอยู่ในเขตตัวเมือง ร้อยละ 18.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกที่ตั้งของร้านอาหารใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 36.88 รองลงมาคือ อยู่ในเขตตัวเมือง ร้อยละ 21.28 และ ใกล้บ้าน ร้อยละ 19.15

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกที่ตั้งของร้านอาหารโดยระยะทางไม่สำคัญแต่การคมนาคมต้องสะดวก ร้อยละ 30.11 รองลงมาคือ ใกล้บ้าน ร้อยละ 23.66 และ ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 21.51

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ที่มีส่วนมากที่สุดในการชักชวนผู้บริโภคท้องถิ่น ไปใช้บริการร้านอาหารจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ผู้ที่มีส่วนในการชักชวน ไปใช้บริการร้านอาหาร	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
คนในครอบครัว	40 (24.10)	43 (30.50)	53 (56.99)	136 (34.00)
คนรัก	12 (7.23)	14 (9.93)	8 (8.60)	34 (8.50)
เพื่อน	106 (63.86)	70 (49.65)	23 (24.73)	199 (49.75)
หัวหน้าที่ทำงาน	4 (2.41)	7 (4.96)	- -	11 (2.75)
ลูกน้องในที่ทำงาน	1 (0.60)	24 (3.55)	28 (8.60)	82 (3.50)
อื่นๆ	3 (1.81)	2 (1.42)	1 (1.08)	6 (1.50)
รวม	166 (100.00)	141 (100.00)	93 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีผู้ที่มีส่วนในการชักชวนไปใช้บริการร้านอาหารที่เป็นเพื่อน ร้อยละ 63.86 รองลงมาคือ คนในครอบครัว ร้อยละ 24.10 และ คนรัก ร้อยละ 7.23

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีผู้ที่มีส่วนในการชักชวนไปใช้บริการร้านอาหารที่เป็นเพื่อน ร้อยละ 49.65 รองลงมาคือ คนในครอบครัว ร้อยละ 30.50 และ คนรัก ร้อยละ 9.93

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีผู้ที่มีส่วนในการชักชวนไปใช้บริการร้านอาหารที่เป็นคนในครอบครัว ร้อยละ 56.99 รองลงมาคือ เพื่อน ร้อยละ 24.73 และ คนรัก และ ลูกน้องในที่ทำงาน ค่าเท่ากันคือ ร้อยละ 8.60

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวันที่ผู้บริโภครอที่จะไปใช้บริการร้านอาหารบ่อยที่สุดจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

วันที่ใช้บริการร้านอาหาร	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
วันหยุด	27 (16.27)	30 (21.28)	21 (22.58)	78 (19.50)
วันสำคัญของคนในครอบครัว	11 (6.63)	13 (9.22)	12 (12.90)	36 (9.00)
วันเทศกาลต่างๆ	18 (10.84)	20 (14.18)	9 (9.68)	47 (11.75)
ไม่แน่นอน	102 (61.45)	73 (51.77)	48 (51.61)	223 (55.75)
อื่นๆ	8 (4.82)	5 (3.55)	3 (3.23)	16 (4.00)
รวม	166 (100.00)	141 (100.00)	93 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารในวันไม่แน่นอน ร้อยละ 61.45 รองลงมาคือ วันหยุด ร้อยละ 16.27 และวันเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 10.84

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารในวันไม่แน่นอน ร้อยละ 51.77 รองลงมาคือ วันหยุด ร้อยละ 21.28 และ วันเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 14.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารในวันไม่แน่นอน ร้อยละ 51.61 รองลงมาคือ วันหยุด ร้อยละ 22.58 และ วันสำคัญของคนในครอบครัว ร้อยละ 12.90

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาที่ผู้บริโภคท้องถิ่นไปใช้บริการร้านอาหารบ่อยที่สุดจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ร้านอาหาร	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
เช้า	-	1	4	5
	-	(0.71)	(4.30)	(1.25)
กลางวัน	62	37	20	119
	(37.35)	(26.24)	(21.51)	(29.75)
เย็น	59	82	50	191
	(35.54)	(58.16)	(53.76)	(47.75)
ไม่แน่นอน	45	21	19	85
	(27.11)	(14.89)	(20.43)	(21.25)
รวม	166	141	93	400
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารช่วงกลางวัน ร้อยละ 45.81 รองลงมาคือ ช่วงเย็น ร้อยละ 35.54 และ ไม่แน่นอน ร้อยละ 27.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารช่วงเย็น ร้อยละ 58.16 รองลงมาคือ ช่วงกลางวัน ร้อยละ 26.24 และ ไม่แน่นอน ร้อยละ 14.89

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารช่วงเย็น ร้อยละ 53.76 รองลงมาคือ ช่วงกลางวัน ร้อยละ 21.51 และ ไม่แน่นอน ร้อยละ 20.43

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ที่ผู้บริโภคท้องถิ่น ไปใช้บริการร้านอาหารภายในหนึ่งเดือนจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ความถี่ในการใช้บริการ ร้านอาหารภายในหนึ่ง เดือน	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
น้อยกว่า 2 ครั้ง	41 (24.70)	37 (26.24)	18 (19.35)	96 (24.00)
2-4 ครั้ง	56 (33.73)	50 (35.46)	35 (37.63)	141 (35.25)
มากกว่า 4 ครั้ง	62 (37.35)	50 (35.46)	39 (41.94)	151 (37.75)
อื่นๆ	7 (4.22)	4 (2.84)	1 (1.08)	12 (3.00)
รวม	166 (100.00)	141 (100.00)	93 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารมากกว่า 4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 37.35 รองลงมาคือ 2-4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 33.73 และ น้อยกว่า 2 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 24.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหาร 2-4 ครั้ง และ มากกว่า 4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ค่าเท่ากับคือ ร้อยละ 35.46 รองลงมาคือน้อยกว่า 2 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 26.24 และ อื่นๆ ร้อยละ 2.84

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารมากกว่า 4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 41.94 รองลงมาคือ 2-4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 37.63 และ น้อยกว่า 2 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 19.35

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงของเดือนที่ผู้บริโภคท้องถิ่นไปใช้บริการร้านอาหารจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ช่วงของเดือนในการใช้บริการร้านอาหาร	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
ต้นเดือน	28 (16.87)	17 (12.06)	10 (10.75)	55 (13.75)
กลางเดือน	4 (2.41)	1 (0.71)	4 (4.30)	9 (2.25)
ปลายเดือน	24 (14.46)	22 (15.60)	7 (7.53)	53 (13.25)
ไม่แน่นอน	110 (66.27)	101 (71.63)	72 (77.42)	283 (70.75)
รวม	166 (100.00)	141 (100.00)	93 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารในแต่ละช่วงของเดือนที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 66.27 รองลงมาคือ ช่วงต้นเดือน ร้อยละ 16.87 และ ช่วงปลายเดือน ร้อยละ 14.46

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารในแต่ละช่วงของเดือนที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 71.63 รองลงมาคือ ช่วงปลายเดือน ร้อยละ 15.60 และ ช่วงต้นเดือน ร้อยละ 12.06

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารในแต่ละช่วงของเดือนที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 77.42 รองลงมาคือ ช่วงต้นเดือน ร้อยละ 10.75 และ ช่วงปลายเดือน ร้อยละ 7.53

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนผู้ที่เข้าร่วมใช้บริการร้านอาหารกับผู้บริโภคท้องถิ่นในแต่ละครั้งจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

จำนวนผู้ร่วมใช้บริการ ร้านอาหาร	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
น้อยกว่า 3 คน	33 (19.88)	31 (21.99)	16 (17.20)	80 (20.00)
3-6 คน	66 (39.76)	66 (46.81)	49 (52.69)	181 (45.25)
มากกว่า 6 คน	15 (9.04)	13 (9.22)	7 (7.53)	35 (8.75)
ไม่แน่นอน	52 (31.33)	31 (21.99)	21 (22.58)	104 (26.00)
รวม	166 (100.00)	141 (100.00)	93 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมใช้บริการร้านอาหารในแต่ละครั้งจำนวน 3-6 คน ร้อยละ 39.76 รองลงมาคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 31.33 และ น้อยกว่า 3 คน ร้อยละ 19.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมใช้บริการร้านอาหารในแต่ละครั้งจำนวน 3-6 คน ร้อยละ 46.81 รองลงมาคือ ไม่แน่นอน และ น้อยกว่า 3 คน ค่าเท่ากันคือ ร้อยละ 21.99 และ มากกว่า 6 คน ร้อยละ 9.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมใช้บริการร้านอาหารในแต่ละครั้งจำนวน 3-6 คน ร้อยละ 52.69 รองลงมาคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 22.58 และ น้อยกว่า 3 คน ร้อยละ 17.20

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อคนในแต่ละครั้ง
ที่ผู้บริโภคท้องถิ่นใช้บริการร้านอาหารจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้ง ในการใช้บริการ ร้านอาหาร	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
น้อยกว่า 50 บาท	31 (18.67)	20 (14.18)	8 (8.60)	59 (14.75)
50-100 บาท	66 (39.76)	32 (22.70)	9 (9.68)	107 (26.75)
101-200 บาท	35 (21.08)	42 (29.79)	15 (16.13)	92 (23.00)
201-500 บาท	11 (6.63)	21 (14.89)	24 (25.81)	56 (14.00)
501-1,000 บาท	21 (12.65)	20 (14.18)	20 (21.51)	61 (15.25)
1,001-2,000 บาท	2 (1.20)	5 (3.55)	14 (15.05)	21 (5.25)
มากกว่า 2,000 บาท	- -	1 (0.71)	3 (3.23)	4 (1.00)
รวม	166 (100.00)	141 (100.00)	93 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งในการใช้บริการร้านอาหารระหว่าง 50-100 บาท ร้อยละ 39.76 รองลงมาคือ 101-200 บาท ร้อยละ 21.08 และ น้อยกว่า 50 บาท ร้อยละ 18.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งในการใช้บริการร้านอาหารระหว่าง 101-200 บาท ร้อยละ 29.79 รองลงมาคือ 50-100 บาท ร้อยละ 22.70 และ 201-500 บาท ร้อยละ 14.89

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งในการใช้บริการร้านอาหารระหว่าง 201-500 บาท ร้อยละ 25.81 รองลงมาคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 21.51 และ 101-200 บาท ร้อยละ 16.13

4.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่น ต่อการเลือกร้านอาหาร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลคือ รายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 54 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
	n= 166	n= 141	n= 93	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอาหารหลากหลายและตรงกับความต้องการ	3.79 (มาก)	3.89 (มาก)	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)
มีอาหารจานเด็ดที่ไม่เหมือนกับร้านอื่นๆ	3.43 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.69 (มาก)	3.52 (มาก)
ลักษณะการจัดวางของอาหารดูน่ารับประทาน	3.62 (มาก)	3.66 (มาก)	3.83 (มาก)	3.68 (มาก)
อาหารมีความสดใหม่	3.96 (มาก)	4.19 (มาก)	4.37 (มาก)	4.14 (มาก)
อาหารมีความสะอาด	3.97 (มาก)	4.28 (มาก)	4.39 (มาก)	4.18 (มาก)
อาหารมีรสชาติอร่อย	4.05 (มาก)	4.06 (มาก)	4.34 (มาก)	4.12 (มาก)

ตารางที่ 54 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
	n= 166 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	n= 141 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	n= 93 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการเล่นดนตรีสดในร้าน	2.99 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
มีการเปิดเพลงฟังในร้าน	3.27 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีของหวานพิเศษ	3.17 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
มีสนามเด็กเล่น	2.75 (ปานกลาง)	2.45 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
มีห้องคาราโอเกะ	3.10 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
รวม	3.46 (ปานกลาง)	3.44 (มาก)	3.59 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีอาหารหลากหลายและตรงกับความต้องการ ลักษณะการจัดวางของอาหารดูน่ารับประทาน อาหารมีความสดใหม่ สะอาด และรสชาติอร่อย ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีอาหารจานเด็ดที่ไม่เหมือนกับร้านอื่นๆ มีการเล่นดนตรีสดในร้าน มีการเปิดเพลงฟังในร้าน มีของหวานพิเศษ มีสนามเด็กเล่น และมีห้องคาราโอเกะ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และสูงกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีอาหารหลากหลาย และตรงกับความต้องการ มีอาหารจานเด็ดไม่เหมือนกับร้านอื่นๆ ลักษณะการจัดวางของอาหารดูน่ารับประทาน อาหารมีความสดใหม่ สะอาด และรสชาติอร่อย ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีการเล่นดนตรีสดในร้าน มีการเปิดเพลงฟังในร้าน มีของหวานพิเศษ มีสนามเด็กเล่น และมีห้องคาราโอเกะ

ตารางที่ 55 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหาร จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
	n= 166	n= 141	n= 93	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการแสดงราคาไว้ชัดเจน	3.88 (มาก)	4.01 (มาก)	4.08 (มาก)	3.97 (มาก)
ราคาอาหารสมเหตุสมผล ยอมรับได้	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	3.99 (มาก)	3.88 (มาก)
ราคาอาหารถูกกว่าร้าน อื่นๆ	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)
ราคาอาหารใกล้เคียงกับ ร้านอื่นๆ	3.50 (มาก)	3.55 (มาก)	3.76 (มาก)	3.58 (มาก)
สามารถต่อรองราคาอาหาร ได้	2.92 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
มีการชำระเงินด้วยบัตร เครดิตได้	2.57 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	3.10 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)

ตารางที่ 55 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหาร จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
	n= 166	n= 141	n= 93	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่ชำระค่าบริการบัตรเครดิต	2.86 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีการให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน	2.77 (ปานกลาง)	2.51 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
รวม	3.27 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีการแสดงราคาไว้ชัดเจน ราคาอาหารสมเหตุสมผลยอมรับได้ ราคาอาหารถูกกว่าร้านอื่นๆ และราคาอาหารใกล้เคียงกับร้านอื่นๆ ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ สามารถต่อรองราคาอาหารได้ มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ ไม่ชำระค่าบริการบัตรเครดิต และมีการให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีการแสดงราคาไว้ชัดเจน ราคาอาหารสมเหตุสมผลยอมรับได้ ราคาอาหารถูกกว่าร้านอื่นๆ ราคาอาหารใกล้เคียงกับร้านอื่นๆ และมีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ สามารถต่อรองราคาอาหารได้ ไม่ชำระค่าบริการบัตรเครดิต และมีการให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน

ตารางที่ 56 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่น
ต่อการเลือกร้านอาหารจําแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000 n= 166	10,000-20,000 n= 141	สูงกว่า 20,000 n= 93	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านอาหารอยู่ใกล้บ้าน หรือสถานที่พักอาศัย	3.66 (มาก)	3.60 (มาก)	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)
ร้านอาหารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.72 (มาก)	3.68 (มาก)	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)
ร้านอาหารติดถนนใหญ่ เดินทางสะดวก	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	3.81 (มาก)
ร้านอาหารอยู่ในแหล่ง ชุมชนสามารถไปทำธุระ อย่างอื่นได้	3.72 (มาก)	3.65 (มาก)	3.77 (มาก)	3.71 (มาก)
ร้านอาหารไม่อยู่ในที่ พลุกพล่านหรือแออัด จนเกินไป	3.72 (มาก)	3.77 (มาก)	3.87 (มาก)	3.77 (มาก)
มีที่จอดรถสะดวก และ กว้างขวางเพียงพอ	3.81 (มาก)	4.04 (มาก)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)
มีสาขาเปิดให้บริการหลาย แห่ง	3.18 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
จัดโต๊ะไว้รองรับบริการ อย่างเพียงพอ	3.66 (มาก)	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	3.75 (มาก)

ตารางที่ 56 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภค
ท้องถิ่น ต่อการเลือกร้านอาหารจําแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
	n= 166 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	n= 141 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	n= 93 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จัดสถานที่รับบริการอย่าง เป็นสัดส่วน	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)	3.97 (มาก)	3.81 (มาก)
อยู่ในสถานที่ธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ภูเขา	3.30 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.55 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
ร้านอาหารมีสถานที่จํา ความเป็นส่วนตัว	3.42 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.84 (มาก)	3.60 (มาก)
รวม	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)	3.68 (มาก)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือร้านอาหารอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่พักอาศัย ร้านอาหารอยู่ใกล้ที่ทำงาน ร้านอาหารติดถนนใหญ่ เดินทางสะดวก ร้านอาหารอยู่ในแหล่งชุมชนสามารถไปทำธุระอย่างอื่นได้ ร้านอาหารไม่อยู่ในที่พลุกพล่านหรือแออัดจนเกินไป มีที่จอดรถสะดวก และกว้างขวางเพียงพอ จัดโต๊ะไว้รองรับบริการอย่างเพียงพอ และจัดสถานที่รับบริการอย่างเป็นสัดส่วน ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีสาขาเปิดให้บริการหลายแห่ง อยู่ในสถานที่ธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ภูเขา และร้านอาหารมีสถานที่จําความเป็นส่วนตัว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และสูงกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ ร้านอาหารอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่พักอาศัย ร้านอาหารอยู่ใกล้ที่ทำงาน ร้านอาหารติดถนนใหญ่ เดินทางสะดวก

ร้านอาหารอยู่ในแหล่งชุมชนสามารถไปทำธุระอย่างอื่นได้ ร้านอาหารไม่อยู่ในที่พลุกพล่านหรือแออัดจนเกินไป มีที่จอดรถสะดวก และกว้างขวางเพียงพอ จัดโต๊ะไว้รองรับบริการอย่างเพียงพอ จัดสถานที่รับบริการอย่างเป็นสัดส่วน อยู่ในสถานที่ธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ภูเขา และร้านอาหารมีสถานที่ๆมีความเป็นส่วนตัว ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีสาขาเปิดให้บริการหลายแห่ง

ตารางที่ 57 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000 n= 166	10,000-20,000 n= 141	สูงกว่า 20,000 n= 93	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีการส่งเสริมการขายโดยการแจกคูปองลดราคาอาหาร	3.18 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
มีคนแนะนำให้มาใช้บริการร้านอาหาร	3.36 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
มีการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ในท้องถิ่น	3.01 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุท้องถิ่น	3.14 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
มีการวิ่งรถโฆษณาในท้องถิ่น	2.74 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
รวม	3.09 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีการส่งเสริมการขายโดยการแจกคูปองลดราคาอาหาร มีคนแนะนำให้มาใช้บริการร้านอาหาร มีการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ในท้องถิ่น มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุท้องถิ่น และมีการวิ่งรถโฆษณาในท้องถิ่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีคนแนะนำให้มาใช้บริการร้านอาหาร ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีการส่งเสริมการขายโดยการแจกคูปองลดราคาอาหาร มีการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ในท้องถิ่น มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุท้องถิ่น และมีการวิ่งรถโฆษณาในท้องถิ่น

ตารางที่ 58 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
	n= 166 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	n= 141 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	n= 93 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีความสะดวกในการรับบริการ	3.80 (มาก)	4.04 (มาก)	4.14 (มาก)	3.96 (มาก)
มีการแนะนำสิทธิพิเศษต่างๆก่อนการให้บริการ	3.55 (มาก)	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)	3.66 (มาก)
ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	3.80 (มาก)	4.13 (มาก)	4.22 (มาก)	4.01 (มาก)
ให้บริการด้วยความถูกต้อง	3.79 (มาก)	4.17 (มาก)	4.26 (มาก)	4.03 (มาก)

ตารางที่ 58 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่น
ต่อการเลือกร้านอาหารจําแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000 n= 166	10,000-20,000 n= 141	สูงกว่า 20,000 n= 93	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน	3.81 (มาก)	4.13 (มาก)	4.19 (มาก)	4.01 (มาก)
มีการทวนรายการอาหารให้กับลูกค้าทุกครั้ง	3.53 (มาก)	3.84 (มาก)	3.97 (มาก)	3.74 (มาก)
มีการรับรองโต๊ะล่วงหน้า	3.34 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
มีการให้ใบเสร็จรับเงินทุกครั้ง	3.43 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.76 (มาก)	3.58 (มาก)
เวลาเปิด-ปิดของร้านมีความสะดวกในการใช้บริการ	3.66 (มาก)	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)	3.76 (มาก)
รวม	3.64 (มาก)	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)	3.80 (มาก)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีความสะดวกในการรับบริการ มีการแนะนำสิทธิพิเศษต่างๆก่อนการบริการ ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ให้บริการด้วยความถูกต้อง ให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีการทวนรายการ

อาหารให้กับลูกค้าทุกครั้ง และเวลาเปิดปิดของร้านมีความสะดวกในการใช้บริการ ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีการรับจองโต๊ะล่วงหน้า และมีการให้ใบเสร็จรับเงินทุกครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีความสะดวกในการรับบริการ มีการแนะนำสิทธิพิเศษต่างๆก่อนการบริการ ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ให้บริการด้วยความถูกต้อง ให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีการทวนรายการอาหารให้กับลูกค้าทุกครั้ง มีการให้ใบเสร็จรับเงินทุกครั้ง และเวลาเปิดปิดของร้านมีความสะดวกในการใช้บริการ ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีการรับจองโต๊ะล่วงหน้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีความสะดวกในการรับบริการ มีการแนะนำสิทธิพิเศษต่างๆก่อนการบริการ ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ให้บริการด้วยความถูกต้อง ให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีการทวนรายการอาหารให้กับลูกค้าทุกครั้ง มีการรับจองโต๊ะล่วงหน้า มีการให้ใบเสร็จรับเงินทุกครั้ง และเวลาเปิดปิดของร้านมีความสะดวกในการใช้บริการ

ตารางที่ 59 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารจําแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
	n= 166	n= 141	n= 93	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในร้าน	3.99 (มาก)	4.18 (มาก)	4.29 (มาก)	4.13 (มาก)
บรรยากาศ การตกแต่งร้าน	3.88 (มาก)	4.15 (มาก)	4.22 (มาก)	4.05 (มาก)
แบบฟอร์มของพนักงานดูดี	3.54 (มาก)	3.81 (มาก)	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)

ตารางที่ 59 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่น
ต่อการเลือกร้านอาหารจําแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
	n= 166 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	n= 141 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	n= 93 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีไม้จิ้มฟัน ทิชชู เครื่องปรุงอยู่บนโต๊ะครบ	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวก ครบครัน เช่น มีป้ายบอก ทางเดินเข้า - ออก มีป้าย บอกทางไปสุขาชัดเจน	3.83 (มาก)	3.91 (มาก)	4.03 (มาก)	3.90 (มาก)
จัดสถานที่รอบๆร้าน สวยงาม	3.72 (มาก)	4.02 (มาก)	4.06 (มาก)	3.91 (มาก)
ห้องน้ำสะอาด	3.78 (มาก)	4.28 (มาก)	4.18 (มาก)	4.05 (มาก)
มีห้องที่รองรับแขกได้ใน ปริมาณมาก	3.49 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)	3.58 (มาก)
รวม	3.77 (มาก)	3.98 (มาก)	4.03 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในร้าน บรรยากาศการตกแต่งร้านดี แบบฟอร์มของพนักงานคู่มือ มีไม้จิ้มฟัน ทิชชู เครื่องปรุงอยู่บนโต๊ะครบ สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น มีป้ายบอก

ทางเดินเข้า - ออก มีป้ายบอกทางไปสุขาชัดเจน จัดสถานที่รอบๆร้านสวยงาม และห้องน้ำสะอาด ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ มีห้องที่รองรับแขกได้ในปริมาณมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และสูงกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในร้าน บรรยากาศการตกแต่งร้านดี แบบฟอร์มของพนักงานดูดี มีไม้จิ้มฟันทิชชู เครื่องปรุงอยู่บนโต๊ะครบ สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น มีป้ายบอกทางเดินเข้า- ออก มีป้ายบอกทางไปสุขาชัดเจน จัดสถานที่รอบๆร้านสวยงาม ห้องน้ำสะอาด และมีห้องที่รองรับแขกได้ในปริมาณมาก

ตารางที่ 60 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000 n= 166	10,000-20,000 n= 141	สูงกว่า 20,000 n= 93	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีธรรมาภิบาล	3.93 (มาก)	4.33 (มาก)	4.29 (มาก)	4.15 (มาก)
พนักงานให้การต้อนรับ ด้วยความสุภาพ	3.98 (มาก)	4.26 (มาก)	4.32 (มาก)	4.16 (มาก)
พนักงานแต่งกายสะอาด บุคลิกดี	3.86 (มาก)	4.16 (มาก)	4.15 (มาก)	4.03 (มาก)
พนักงานหน้าตาดี	3.42 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.65 (มาก)	3.52 (มาก)
พนักงานมีความเต็มใจใน การให้บริการแก่ลูกค้า	3.91 (มาก)	4.23 (มาก)	4.33 (มาก)	4.12 (มาก)
พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ	3.95 (มาก)	4.19 (มาก)	4.28 (มาก)	4.11 (มาก)

ตารางที่ 60 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหารจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	สูงกว่า 20,000	
	n= 166 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	n= 141 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	n= 93 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่ว ชำนาญ	3.89 (มาก)	4.06 (มาก)	4.16 (มาก)	4.01 (มาก)
พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.76 (มาก)	3.96 (มาก)	3.99 (มาก)	3.89 (มาก)
พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา	3.86 (มาก)	4.10 (มาก)	4.19 (มาก)	4.02 (มาก)
มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ	3.87 (มาก)	4.05 (มาก)	4.12 (มาก)	3.99 (มาก)
รวม	3.84 (มาก)	4.09 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ พนักงานมีอัธยาศัยดี พนักงานให้การต้อนรับด้วยความสุภาพ พนักงานแต่งกายสะอาด บุคลิกดี พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการแก่ลูกค้า พนักงานมีความซื่อสัตย์น่าเชื่อถือ พนักงานปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่ว ชำนาญ พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา และมีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ ประเด็นที่ให้ความสำคัญปานกลางคือ พนักงานหน้าตาดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และสูงกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีประเด็นที่ให้ความสำคัญมากคือ พนักงานมีอัธยาศัยดี

พนักงานให้การต้อนรับด้วยความสุภาพ พนักงานแต่งกายสะอาด บุคลิกดี พนักงานหน้าตาดี พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการแก่ลูกค้า พนักงานมีความซื่อสัตย์น่าเชื่อถือ พนักงานปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่ว ชำนาญ พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา และมีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคท้องถิ่นต่อการเลือกร้านอาหาร จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของอาหารที่ผู้บริโภคท้องถิ่นเลือกรับประทานที่ร้านอาหารบ่อยที่สุดจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงอื่นๆ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงเช้า จำนวน 5 คน และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารในช่วงไม่แน่นอน จำนวน 85 คน รวมผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงอื่นๆ จำนวน 90 คน

ประเภทของอาหาร	ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร			รวม
	กลางวัน	เย็น	อื่นๆ	
อาหารพื้นบ้าน	64 (53.78)	69 (36.13)	41 (45.56)	174 (43.50)
อาหารไทย	50 (42.02)	107 (56.02)	43 (47.78)	200 (50.00)
อาหารจีน	4 (3.36)	8 (4.19)	3 (3.33)	15 (3.75)
อาหารฝรั่ง	1 (0.84)	3 (1.57)	1 (1.11)	92 (1.25)
อื่นๆ	-	4 (2.09)	2 (2.22)	6 (1.50)
รวม	119 (100.00)	191 (100.00)	90 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงกลางวัน ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้า ร้อยละ 53.78 รองลงมาคือ อาหารไทย ร้อยละ 42.02 และ อาหารจีน ร้อยละ 3.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงเย็น ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้า ร้อยละ 56.02 รองลงมาคือ อาหารพื้นบ้าน ร้อยละ 36.13 และ อาหารจีน ร้อยละ 4.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงอื่นๆ ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้า ร้อยละ 47.78 รองลงมาคือ อาหารพื้นบ้าน ร้อยละ 45.56 และ อาหารจีน ร้อยละ 3.33

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของร้านอาหารที่ผู้บริโภคท้องถิ่นเลือกใช้บริการบ่อยที่สุดจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร

ประเภทของร้านอาหาร	ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร			รวม
	กลางวัน	เย็น	อื่นๆ	
ร้านฟาสต์ฟู้ด/อาหารจานด่วน	8 (6.72)	8 (4.19)	7 (7.78)	23 (5.75)
สวนอาหาร	10 (8.40)	55 (28.80)	11 (12.22)	76 (19.00)
ร้านอาหารตามสั่ง/ร้านทั่วไป	93 (78.15)	80 (41.88)	53 (58.89)	226 (56.50)
ภัตตาคาร/ร้านอาหารขนาดใหญ่	3 (2.52)	13 (6.81)	6 (6.67)	22 (5.50)
ผับ	- -	3 (1.57)	3 (3.33)	6 (1.50)
สุกี้/หมกกระทะ	5 (4.20)	32 (16.75)	10 (11.11)	47 (11.75)
อื่นๆ	- -	- -	- -	- -
รวม	119 (100.00)	191 (100.00)	90 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงกลางวัน ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าที่ร้านอาหารตามสั่ง/ร้านทั่วไป ร้อยละ 78.15 รองลงมาคือ สวนอาหาร ร้อยละ 8.40 และ ร้านฟาสต์ฟู้ด/อาหารจานด่วน ร้อยละ 6.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงเย็น ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าที่ร้านอาหารตามสั่ง/ร้านทั่วไป ร้อยละ 41.88 รองลงมาคือ สวนอาหาร ร้อยละ 28.80 และ ร้านสุกี้/หมูกระทะ ร้อยละ 16.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงอื่นๆ ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าที่ร้านอาหารตามสั่ง/ร้านทั่วไป ร้อยละ 58.89 รองลงมาคือ สวนอาหาร ร้อยละ 12.22 และ ร้านสุกี้/หมูกระทะ ร้อยละ 11.11

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทำเลที่ตั้งของร้านอาหารที่ผู้บริโภคท้องถิ่นเลือกใช้บริการบ่อยที่สุดจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร

ลักษณะทำเลที่ตั้งของ ร้านอาหาร	ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร			รวม
	กลางวัน	เย็น	อื่นๆ	
ใกล้บ้าน	24 (20.17)	42 (21.99)	22 (24.44)	88 (22.00)
ใกล้ที่ทำงาน	65 (54.62)	40 (20.94)	25 (27.78)	130 (32.50)
อยู่ในเขตตัวเมือง	12 (10.08)	52 (27.23)	14 (15.56)	78 (19.50)
อยู่ในเขตนอกเมือง	2 (1.68)	15 (7.85)	1 (1.11)	18 (4.50)
ระยะทางไม่สำคัญแต่ การคมนาคมต้องสะดวก	16 (13.45)	41 (21.47)	25 (27.78)	82 (20.50)
อื่นๆ	-	1 (0.52)	3 (3.33)	4 (1.00)
รวม	119 (100.00)	191 (100.00)	90 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงกลางวัน ส่วนใหญ่เลือกที่ตั้งของร้านอาหารใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 54.62 รองลงมาคือ ใกล้บ้าน ร้อยละ 20.17 และ อยู่ในเขตตัวเมือง ร้อยละ 10.08

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงเย็น ส่วนใหญ่เลือกที่ตั้งของร้านอาหารอยู่ในเขตตัวเมือง ร้อยละ 27.23 รองลงมาคือ ใกล้บ้าน ร้อยละ 21.99 และ ระยะทางไม่สำคัญแต่การคมนาคมต้องสะดวก ร้อยละ 21.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงอื่นๆ ส่วนใหญ่เลือกที่ตั้งของร้านอาหารใกล้ที่ทำงาน/ระยะทางไม่สำคัญแต่การคมนาคมต้องสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ ร้อยละ 27.78 รองลงมาคือ ใกล้บ้าน ร้อยละ 24.44 และ อยู่ในเขตตัวเมือง ร้อยละ 15.56

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ที่มีส่วนมากที่สุดในการชักชวนผู้บริโภทท้องถิ่นไปใช้บริการร้านอาหารจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร

ผู้ที่มีส่วนในการชักชวนไปใช้บริการร้านอาหาร	ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร			รวม
	กลางวัน	เย็น	อื่นๆ	
คนในครอบครัว	24 (20.17)	83 (43.46)	29 (32.22)	136 (34.00)
คนรัก	4 (3.36)	23 (12.04)	7 (7.78)	34 (8.50)
เพื่อน	80 (67.23)	76 (39.79)	43 (47.78)	199 (49.75)
หัวหน้าที่ทำงาน	4 (3.36)	3 (1.57)	4 (4.44)	11 (2.75)
ลูกน้องในที่ทำงาน	5 (4.20)	6 (3.14)	3 (3.33)	14 (3.50)
อื่นๆ	2 (1.68)	- -	4 (4.44)	6 (1.50)
รวม	119 (100.00)	191 (100.00)	90 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงกลางวัน ส่วนใหญ่มีผู้ที่มีส่วนในการชักชวนไปใช้บริการร้านอาหารที่เป็นเพื่อน ร้อยละ 67.23 รองลงมาคือ คนในครอบครัว ร้อยละ 20.17 และ ลูกน้องในที่ทำงาน ร้อยละ 4.20

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงเย็น ส่วนใหญ่มีผู้ที่มีส่วนในการชักชวนไปใช้บริการร้านอาหารที่เป็นคนในครอบครัว ร้อยละ 43.46 รองลงมาคือ เพื่อน ร้อยละ 39.79 และ คนรัก ร้อยละ 12.04

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงกลางวัน ส่วนใหญ่มีผู้ที่มีส่วนในการชักชวนไปใช้บริการร้านอาหารที่เป็นเพื่อน ร้อยละ 47.78 รองลงมาคือ คนในครอบครัว ร้อยละ 32.22 และ คนรัก ร้อยละ 7.78

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวันที่ผู้บริโภคร้องถิ่น ไปใช้บริการร้านอาหารบ่อยที่สุดจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร

วันที่ใช้บริการ ร้านอาหาร	ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร			รวม
	กลางวัน	เย็น	อื่นๆ	
วันหยุด	17 (14.29)	49 (25.65)	12 (13.33)	78 (19.50)
วันสำคัญของคนใน ครอบครัว	10 (8.40)	22 (11.52)	4 (4.44)	36 (9.00)
วันเทศกาลต่างๆ	8 (6.72)	28 (14.66)	11 (12.22)	47 (11.75)
ไม่แน่นอน	73 (61.34)	91 (47.64)	59 (65.56)	223 (55.75)
อื่นๆ	11 (9.24)	1 (0.52)	4 (4.44)	16 (4.00)
รวม	119 (100.00)	191 (100.00)	90 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงกลางวัน ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารในวันไม่แน่นอน ร้อยละ 61.34 รองลงมาคือ วันหยุด ร้อยละ 14.29 และ อื่นๆ ร้อยละ 9.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงเย็น ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารในวันไม่แน่นอน ร้อยละ 47.64 รองลงมาคือ วันหยุด ร้อยละ 25.65 และ วันเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 14.66

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงอื่นๆ ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารในวันไม่แน่นอน ร้อยละ 65.56 รองลงมาคือ วันหยุด ร้อยละ 13.33 และ วันเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 12.22

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ที่ผู้บริโภคท้องถิ่น ไปใช้บริการร้านอาหารภายในหนึ่งเดือนจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร

ความถี่ในการใช้บริการ ร้านอาหารภายในหนึ่ง เดือน	ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร			รวม
	กลางวัน	เย็น	อื่นๆ	
น้อยกว่า 2 ครั้ง	18 (15.13)	55 (28.80)	23 (25.56)	96 (24.00)
2-4 ครั้ง	39 (32.77)	75 (39.27)	27 (30.00)	141 (35.25)
มากกว่า 4 ครั้ง	60 (50.42)	58 (30.37)	33 (36.67)	151 (37.75)
อื่นๆ	2 (1.68)	3 (1.57)	7 (7.78)	12 (3.00)
รวม	119 (100.00)	191 (100.00)	90 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงกลางวัน ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารมากกว่า 4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 50.42 รองลงมาคือ 2-4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 32.77 และ น้อยกว่า 2 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 15.13

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงเย็น ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหาร 2-4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 39.27 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 30.37 และ น้อยกว่า 2 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 28.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงอื่นๆ ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารมากกว่า 4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 36.67 รองลงมาคือ 2-4 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 30.00 และ น้อยกว่า 2 ครั้งภายในหนึ่งเดือน ร้อยละ 25.56

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงของเดือนที่ผู้บริโภคต้องเดินทางไปใช้บริการร้านอาหารจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร

ช่วงของเดือนในการใช้บริการร้านอาหาร	ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร			รวม
	กลางวัน	เย็น	อื่นๆ	
ต้นเดือน	16 (13.45)	31 (16.23)	8 (8.89)	55 (13.75)
กลางเดือน	4 (3.36)	3 (1.57)	2 (2.22)	9 (2.25)
ปลายเดือน	12 (10.08)	36 (18.85)	5 (5.56)	53 (13.25)
ไม่แน่นอน	87 (73.11)	121 (63.35)	75 (83.33)	283 (70.75)
รวม	119 (100.00)	191 (100.00)	90 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงกลางวัน ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารในแต่ละช่วงของเดือนที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 73.11 รองลงมาคือ ต้นเดือน ร้อยละ 13.45 และ ปลายเดือน ร้อยละ 10.08

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงเย็น ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารในแต่ละช่วงของเดือนที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 63.35 รองลงมาคือ ปลายเดือน ร้อยละ 18.85 และ ต้นเดือน ร้อยละ 16.23

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงอื่นๆ ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารในแต่ละช่วงของเดือนที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 83.33 รองลงมาคือ ต้นเดือน ร้อยละ 8.89 และ ปลายเดือน ร้อยละ 5.56

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนผู้ที่เข้าร่วมใช้บริการร้านอาหารกับผู้บริโภคท้องถิ่นในแต่ละครั้งจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร

จำนวนผู้ร่วมใช้บริการ ร้านอาหาร	ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร			รวม
	กลางวัน	เย็น	อื่นๆ	
น้อยกว่า 3 คน	38 (31.93)	29 (15.18)	13 (14.44)	80 (20.00)
3-6 คน	45 (37.82)	105 (54.94)	31 (34.44)	181 (45.25)
มากกว่า 6 คน	6 (5.04)	23 (12.04)	6 (6.67)	35 (8.75)
ไม่แน่นอน	30 (25.21)	34 (17.80)	40 (44.44)	104 (26.00)
รวม	119 (100.00)	191 (100.00)	90 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงกลางวัน ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมใช้บริการร้านอาหารในแต่ละครั้งจำนวน 3-6 คน ร้อยละ 37.82 รองลงมาคือ น้อยกว่า 3 คน ร้อยละ 31.93 และ ไม่แน่นอน ร้อยละ 25.21

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงเย็น ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมใช้บริการร้านอาหารในแต่ละครั้งจำนวน 3-6 คน ร้อยละ 54.94 รองลงมาคือ ไม่นั่นอน ร้อยละ 17.80 และ น้อยกว่า 3 คน ร้อยละ 15.18

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงอื่นๆ ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมใช้บริการร้านอาหารในแต่ละครั้ง ไม่นั่นอน ร้อยละ 44.44 รองลงมาคือ 3-6 คน ร้อยละ 34.44 และ น้อยกว่า 3 คน ร้อยละ 14.44

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อคนในแต่ละครั้งที่ผู้บริโภคท้องถิ่นใช้บริการร้านอาหารจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร

ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้ง ในการใช้บริการ ร้านอาหาร	ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหาร			รวม
	กลางวัน	เย็น	อื่นๆ	
น้อยกว่า 50 บาท	33 (27.73)	14 (7.33)	12 (13.33)	59 (14.75)
50-100 บาท	42 (35.29)	30 (15.71)	35 (38.89)	107 (26.75)
101-200 บาท	27 (22.69)	50 (26.18)	15 (16.67)	92 (23.00)
201-500 บาท	5 (4.20)	43 (22.51)	8 (8.89)	56 (14.00)
501-1,000 บาท	10 (8.40)	39 (20.42)	12 (13.33)	61 (15.25)
1,001-2,000 บาท	2 (1.68)	11 (5.76)	8 (8.89)	21 (5.25)
มากกว่า 2,000 บาท	- -	4 (2.09)	- -	4 (1.00)
รวม	119 (100.00)	191 (100.00)	90 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงกลางวัน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งในการใช้บริการร้านอาหารระหว่าง 50-100 บาท ร้อยละ 35.29 รองลงมาคือน้อยกว่า 50 บาท ร้อยละ 27.73 และ 101-200 บาท ร้อยละ 22.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงเย็น ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งในการใช้บริการร้านอาหารระหว่าง 101-200 บาท ร้อยละ 26.18 รองลงมาคือ 201-500 บาท ร้อยละ 22.51 และ 500-1,000 บาท ร้อยละ 20.42

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาหารช่วงอื่นๆ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งในการใช้บริการร้านอาหารระหว่าง 50-100 บาท ร้อยละ 38.89 รองลงมาคือ 101-200 บาท ร้อยละ 16.67 และน้อยกว่า 50บาท/501-1,000 บาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ ร้อยละ 13.33

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคท้องถิ่นในการใช้บริการที่ร้านอาหาร

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาและไม่พบปัญหาในการใช้บริการที่ร้านอาหาร

การพบปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่พบปัญหา	271	67.75
พบปัญหา	129	32.25
รวม	400	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่พบปัญหาในการใช้บริการร้านอาหารคือ ร้อยละ 67.75 และพบปัญหาคือร้อยละ 32.25

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการใช้
บริการที่ร้านอาหาร

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการที่ร้านอาหารในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์		
อาหารไม่สะอาด	17	11.26
อาหารไม่อร่อย	10	6.63
อาหารไม่สด	6	3.98
ไม่มีอาหารตามเมนูอาหาร	5	3.32
ด้านราคา		
ราคาอาหารแพง	11	7.29
ไม่คิดราคาเมนูอาหาร	1	0.67
ร้านอาหาร ไม่มีเครื่องรูดบัตรเครดิต	1	0.67
ร้านอาหารคิดค่าชาร์ตในการรูดบัตรเครดิต	1	0.67
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
ที่จอดรถคับแคบ	1	0.67
ด้านลักษณะทางกายภาพ		
ห้องน้ำไม่สะอาด	9	5.96
บรรยากาศภายในร้านไม่น่าเข้าใช้บริการ	4	2.65
สถานที่ภายในร้านไม่สะอาด	3	1.99
ภาชนะอาหารไม่สะอาด	1	0.67
ห้องน้ำอยู่ไกลจากร้านอาหาร	1	0.67

ตารางที่ 71 (ต่อ)แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการใช้
บริการที่ร้านอาหาร

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการที่ร้านอาหารในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย	จำนวน	ร้อยละ
ด้านกระบวนการให้บริการ		
บริการล่าช้า	30	19.87
ทำอาหารผิดมาให้	2	1.33
ปัญหาด้านการเปิด-ปิดของร้าน สร้างความสับสนในการเข้าใช้ บริการ	2	1.33
ด้านบุคลากร		
พนักงานบริการไม่สุภาพ	21	13.91
บุคลากรไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	12	7.95
พนักงานไม่สนใจลูกค้า	5	3.32
พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ	4	2.65
พนักงานคิดเงินลูกค้าผิด	2	1.33
ลูกค้าสื่อสารกับพนักงานไม่เข้าใจ	1	0.67
อื่นๆ		
ลูกค้าทะเลาะวิวาทกันภายในร้าน	1	0.67
รวม	151	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาในการใช้บริการที่ร้านอาหาร
จำนวน 129 คน

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาในการใช้บริการร้านอาหารมากที่สุดคือ
การบริการล่าช้า ร้อยละ 19.87 รองลงมาคือพนักงานบริการไม่สุภาพ ร้อยละ 13.91 และอาหารไม่
สะอาด ร้อยละ 11.26

ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านผลิตภัณฑ์

1. อาหารควรมีความสดใหม่ และบริเวณร้านอาหาร ห้องน้ำ ภาชนะใส่อาหาร และอาหารควรมีความสะอาด คำนึงใช้อยู่ตลอดเวลาและควรมีหลักการ 5 ส. มาใช้ (จำนวนผู้ตอบ 24 คน)
2. ทางร้านอาหารควรมีเมนูอาหารที่แปลกใหม่ และหลากหลาย (จำนวนผู้ตอบ 9 คน)
3. ควรมีรสชาติของอาหารที่อร่อย และเป็นมาตรฐาน (จำนวนผู้ตอบ 3 คน)
4. ควรมีร้านอาหารจีนที่เป็นระดับภัตตาคาร ตั้งอยู่ในอำเภอพาน (จำนวนผู้ตอบ 1 คน)
5. ควรมีการทำสวนอาหารที่เน้นเกี่ยวกับปลา เนื่องจากอำเภอพานเป็นแหล่งผลิตปลาน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ จึงควรเน้นที่ปลา เพราะจะได้วัตถุดิบที่ดีที่สุด (จำนวนผู้ตอบ 1 คน)

ด้านราคา

1. ควรมีการกำหนดราคาอาหารให้เหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร (จำนวนผู้ตอบ 14 คน)
2. ทุกร้านควรมีการติดตั้งเครื่องรูดบัตรเครดิตที่ไม่คิดค่าธรรมเนียม เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า (จำนวนผู้ตอบ 1 คน)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ควรมีการโฆษณาวิทยุท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง (จำนวนผู้ตอบ 1 คน)

ด้านกระบวนการให้บริการ

ควรมีการอบรมพนักงานในด้านความรวดเร็ว เต็มใจในการให้บริการ มีความรู้เกี่ยวกับอาหารที่ให้บริการ การแต่งกายสุภาพ มีการบันทึกรายการอาหารด้วยความถูกต้อง มีการขอโทษหากกระทำผิด (จำนวนผู้ตอบ 30 คน)

ด้านลักษณะทางกายภาพ

1. ควรมีการจัดบรรยากาศในร้านให้ดูแปลกตา นำเข้าไปใช้บริการ (จำนวนผู้ตอบ 11 คน)
2. ควรมีร้านอาหารที่แยกกลุ่มลูกค้าออกมาอย่างชัดเจน เช่น ร้านอาหารที่เน้นผู้ใหญ่เข้าใช้บริการที่ชอบการบริการเป็นส่วนตัว เป็นต้น (จำนวนผู้ตอบ 3 คน)

ด้านบุคลากร

1. ควรมีการจัดพนักงานให้เพียงพอต่อการให้บริการ (จำนวนผู้ตอบ 4 คน)
2. พนักงานเสิร์ฟควรมีหน้าตาดี เพื่อที่จะดึงดูดลูกค้าต่างเพศให้เข้ามาใช้บริการในร้าน (จำนวนผู้ตอบ 3 คน)
3. พนักงานควรมีชุดยูนิฟอร์มใส่ เพื่อความสวยงาม และเป็นระเบียบเรียบร้อย (จำนวนผู้ตอบ 2 คน)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved