

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การสำรวจข้อมูลทางการตลาด ด้านผู้บริโภคในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ “ร้านป๊อปอายส์” ในสถานีสาน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล และนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งการนำเสนอเป็นดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้มาใช้บริการที่สถานีสาน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรถที่ใช้

ส่วนที่ 2 เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการสถานีน้ำมันของผู้มาใช้บริการที่สถานีสาน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ยี่ห้อ ของน้ำมันที่นิยมใช้ การคำนึงถึงสิ่งจูงใจในการมาใช้บริการ ลักษณะของบริการที่เข้ามาใช้ในสถานีสาน้ำมัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน ลักษณะของสิ่งของหรือสินค้าที่นิยมซื้อ และเวลาที่มาใช้บริการที่สถานีสาน้ำมัน

ส่วนที่ 3 เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจฟาสต์ฟู้ด ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย การรู้จักร้าน อาหารฟาสต์ฟู้ด การเคยใช้บริการ การเคยใช้บริการในแต่ละยี่ห้อ ประเภทของ อาหารฟาสต์ฟู้ดที่ชอบ บุคคลที่ไปใช้บริการด้วย ความถี่ในการไปใช้ วัตถุประสงค์ของการไปใช้ ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง การทราบข่าวและข้อมูลของร้านฟาสต์ฟู้ด

ส่วนที่ 4 เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น และการรู้จักร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดภายใต้ชื่อป๊อปอายส์ของผู้ที่มาใช้บริการที่สถานีสาน้ำมัน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานีสาน้ำมัน การรู้จักหรือ ได้ยินชื่อร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ การมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ การแสดงความคิดเห็นที่จะมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ที่สถานีสาน้ำมันเชลล์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ถ้าหากมีการจัดตั้งในอนาคต โอกาสที่จะมาใช้บริการ เวลาที่จะมาใช้บริการและค่าใช้จ่ายที่จะมาใช้บริการ

ส่วนที่ 5 เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดภายใต้ชื่อป๊อปปายส์ ในสถานบริการน้ำมัน เซลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบไปด้วย ความสัมพันธ์ ระหว่าง อายุ ระดับรายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับ ผลัดกันที่ ราคา สถานที่ให้บริการ การส่งเสริม การตลาดและการส่งเสริมการขาย โดยบุคลากร



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

สถานภาพทั่วไปของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการศึกษา อาชีพ และรายได้ ปรากฏการวิเคราะห์ตามตารางที่ 1- 7 ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	112	56
หญิง	88	44
รวม	200	100

ตารางที่ 1 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน พบว่าเป็นเพศชาย จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และเพศหญิง จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 44

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	6	3
20 – 30 ปี	111	55.5
31 – 40 ปี	60	30.0
41 – 50 ปี	14	7.0
50 ปีขึ้นไป	9	4.5
รวม	200	100

ตารางที่ 2 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คนพบว่า มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และอายุระหว่าง 41- 50 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	117	58.5
สมรส	81	40.5
อื่นๆ	2	1
รวม	200	100

ตารางที่ 3 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200คนพบว่า มีสถานภาพโสดจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมามีสถานภาพสมรสจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง หย่าร้างจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	1	0.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	0.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย	21	10.5
ปวช.	6	3.0
ปวส.	27	13.5
ปริญญาตรี	116	58.0
สูงกว่าปริญญาตรี	27	13.5
อื่นๆ	1	0.5
รวม	200	100

ตารางที่ 4 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คนพบว่า มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาระดับปวส. และสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 27 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง การศึกษานอกโรงเรียน

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	29	14.5
รับราชการ	45	22.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25	12.5
พนักงานบริษัทเอกชน	61	30.5
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	22	11.0
อื่นๆ	18	9.0
รวม	200	100

ตารางที่ 5 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมา อาชีพ รับราชการ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และเป็นนักเรียน นักศึกษาจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง อาชีพลูกจ้าง 7 ราย อาจารย์มหาวิทยาลัย 3 ราย พนักงานธนาคาร 2 ราย พนักงานรัฐวิสาหกิจต่างประเทศ 1 ราย แม่บ้าน 1 ราย พนักงานบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม 1 ราย วางงาน 1 ราย รปภ. 1 ราย รับจ้างสอนหนังสือ 1 ราย

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	34	17.0
5,000 – 10,000 บาท	63	31.5
10,001 – 15,000 บาท	38	19.0
15,001 – 20,000 บาท	25	12.5
มากกว่า 20,000 บาท	40	20.0
รวม	200	100

ตารางที่ 6 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200คนพบว่า มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0



ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อรถที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ประเภทรถ	จำนวน	ร้อยละ
โตโยต้า	60	30.0
นิสสัน	16	8.0
ฮอนด้า	31	15.5
เบ็นซ์	6	3.0
อู่ชูชู	30	15.0
มิตซูบิชิ	14	7.0
บีเอ็มดับเบิลยู	6	3.0
อื่นๆ	27	13.5
มอเตอร์ไซด์	10	5.0
รวม	200	100

ตารางที่ 7 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คนพบว่า ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า จำนวน 60 คัน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาใช้รถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า จำนวน 31 คัน คิดเป็น ร้อยละ 15.5 ใช้รถยนต์ยี่ห้ออู่ชูชู จำนวน 30 คัน คิดเป็นร้อยละ 15.0

หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง รถยนต์ยี่ห้อ เปอร์โยต์ 4 คัน มาสด้า 4 คัน วอลโว่ 4 คัน ฟอร์ด 3 คัน ไคยัท 2 คัน ฮุนได 2 คัน โฟล์ค 2 คัน มิตซูบิชิ 2 คัน เพลด 1 คัน ซูบารุ 1 คัน แลนด์โรเวอร์ 1 คัน แคร้ว 1 คัน

สรุปผลการวิจัยในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.0 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 44.0 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 55.5 อายุระหว่าง 31 - 40 ร้อยละ 30.0 โดยมีสถานภาพโสด ร้อยละ 58.5 สถานภาพสมรส ร้อยละ 40.5 โดยที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 58.0 รองลงมาเป็นการศึกษาระดับปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 13.5 และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 30.5 รองลงมาอาชีพรับราชการ ร้อยละ 22.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 5,000 - 10,000 บาท ร้อยละ 31.5 รองลงมาระดับมากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 20.0 รถที่ใช้เป็นรถยนต์ ยี่ห้อ โตโยต้า ร้อยละ 30.0 เป็นรถยนต์ยี่ห้อ ฮอนด้า ร้อยละ 15.5 และรถยนต์ยี่ห้ออีซูซุ ร้อยละ 15.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภค ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันต่างๆ ที่ใช้อยู่ นอกเหนือจากซีโฮลล์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ลักษณะของบริการที่ไปใช้ในสถานีบริการน้ำมัน จำนวนเงินที่เข้าไปใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันในแต่ละครั้ง และการใช้บริการในร้านสะดวกซื้อที่สถานีบริการน้ำมันปรากฏการวิเคราะห์ตามตารางที่ 8-15 ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมันที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนอกเหนือจากซีโฮลล์

สถานีบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ปตท	111	55.5
เจ็ท	69	34.5
คิวเอท	20	10.0
เอสโซ่	97	48.5
คาสเท็กซ์	54	27.0
บางจาก	38	19.0
อื่นๆ	6	3.0

ตารางที่ 8 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 รายพบว่านอกจากจะมาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันซีโฮลล์แล้วยังมาใช้บริการที่สถานีบริการ ปตท. ร้อยละ 55.5 รองลงมา ใช้บริการที่สถานีบริการเอสโซ่ ร้อยละ 48.5 ใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันเจ็ท ร้อยละ 34.5

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึงซีโฮลล์ SUSCO 2 ราย ,COSMO 2 ราย ไม่น้ำมัน 2 ราย

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการ  
สถานีบริการน้ำมัน

สิ่งจูงใจ	ลำดับที่1		ลำดับที่2		ลำดับที่3		รวม		
	จำ นวน	คะ แนน (3)	จำ นวน	คะ แนน (2)	จำ นวน	คะ แนน (1)	จำ นวน	คะ แนน	ร้อย ละ
คุณภาพของน้ำมัน	98	294	34	68	16	16	148	378	31.5
ราคา	38	114	57	114	27	27	122	255	21.25
มีของแจกแถม	5	15	12	24	32	32	49	71	5.92
ความน่าเชื่อถือของตราซีห้อ	16	48	26	52	21	21	63	121	10.08
ความสะดวกของทำเลที่ตั้ง	32	96	48	96	49	49	129	241	20.08
การให้เครดิตหรือสินเชื่อ	6	18	4	8	2	2	12	28	2.33
การบริการของพนักงานหน้าลาน	2	6	11	22	29	29	42	57	4.75
การมีบริการครบวงจร	3	9	8	16	21	21	32	46	3.83
อื่นๆ	0	0	0	0	3	3	3	3	0.25
รวม	200	600	200	400	200	200	600	1,200	100

ตารางที่ 9 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม คำนึงถึงปัจจัยในการมาใช้  
บริการที่สถานีบริการน้ำมันดังนี้อันดับที่ 1 ได้แก่ คุณภาพของน้ำมัน อันดับที่ 2 ได้แก่ ราคาของน้ำมัน  
อันดับที่ 3 ได้แก่ ความสะดวกของทำเลที่ตั้ง

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะในการใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมัน

ลักษณะบริการที่ใช้ในสถานีบริการน้ำมัน	จำนวน	ร้อยละ
เติมน้ำมัน	196	98.0
ใช้บริการล้างอัดฉีด	78	39.0
เติมน้ำกลั่น	23	11.5
ใช้บริการห้องน้ำ	134	67.0
เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	69	34.5
ใช้บริการเติมลมยาง	155	77.5
อื่นๆ	19	9.5

ตารางที่ 10 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่มาใช้บริการเติมน้ำมัน ร้อยละ 98.0 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเติมลมยาง ร้อยละ 77.5 และผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการห้องน้ำ ร้อยละ 67.0

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง ใช้บริการในร้านสะดวกซื้อ 19 ราย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมัน โดยเฉลี่ย ในแต่ละครั้ง

จำนวนเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	10	5.0
100 – 200 บาท	40	20.0
201 – 300 บาท	67	33.5
301 – 400 บาท	52	26.0
401 – 500 บาท	22	11.0
มากกว่า 500 บาทขึ้นไป	9	4.5
รวม	200	100

ตารางที่ 11 จาก ผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คนพบว่า มาใช้บริการเติมน้ำมันโดยเฉลี่ย 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.5 ผู้ตอบแบบสอบถาม มาใช้บริการเติมน้ำมัน โดยเฉลี่ย 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.0 และผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการ โดยเฉลี่ย 100-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน

การใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	189	94.5
ไม่เคย	11	5.5
รวม	200	100

ตารางที่ 12 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คนพบว่า เคยใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน ร้อยละ 94.5 และไม่เคยใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน ร้อยละ 5.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายที่มาใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน

จำนวนเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50 บาท	43	22.7
50 - 100 บาท	78	41.2
101 - 150 บาท	30	16.0
151 - 200 บาท	28	14.8
201 - 250 บาท	6	3.1
มากกว่า 250 บาทขึ้นไป	4	2.2
รวม	189	100

ตารางที่ 13 จากจำนวน ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน 189 คน พบว่า โดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถาม มาใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อครั้งละ 50-100 บาท ร้อยละ 41.2 ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อต่ำกว่า 50 บาท ร้อยละ 22.7 และผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อครั้งละ 101-150 บาท ร้อยละ 16.0



ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการที่ซื้อในร้านสะดวกซื้อ  
ในสถานีบริการน้ำมัน

ประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ขนม ขบเคี้ยว	154	81.5
อาหาร หรือ ฟาสต์ฟู้ด	52	27.5
ของใช้ประจำวัน เช่น สบู่ ยาสีฟัน	21	11.1
เครื่องดื่ม	171	90.5
อื่นๆ	5	2.6

ตารางที่ 14 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน  
จำนวน 189 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จะซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่ม ร้อยละ 90.5 รองลงมา  
ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 81.5 และผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อสินค้า  
ประเภทอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้อยละ 27.5

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง ของใช้ส่วนตัว 2 ราย บุหรี่ 3 ราย

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่มาใช้บริการ  
ที่สถานีบริการน้ำมัน

ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
6.00 – 9.00	30	15.0
9.01 – 12.00	9	4.5
12.01 – 15.00	5	2.5
15.01 – 18.00	31	15.5
18.01 – 21.00	27	13.5
แล้วแต่สะดวก	95	47.5
อื่นๆ	3	1.5
รวม	200	100

ตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันในช่วงเวลาที่คิดว่าสะดวก คิดเป็นร้อยละ 47.5 ผู้ตอบแบบสอบถามจะมาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันในช่วงเวลา 15.01-18.00 คิดเป็นร้อยละ 15.5 และผู้ตอบแบบสอบถามจะมาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันในช่วงเวลา 6.00-9.00 คิดเป็นร้อยละ 15.0

หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง เมื่อน้ำมันใกล้หมด 2 ราย แล้วแต่สถานการณ์ 1 ราย

สรุปผลการวิจัยในส่วนที่ 2 ด้านข้อมูลการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภค

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามนอกจากจะใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันเชลล์แล้วยังใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปตท.ด้วยร้อยละ 55.5 และใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ร้อยละ 48.5 โดยในการเลือกใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านคุณภาพน้ำมันเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ราคาน้ำมันและอันดับที่ 3 ได้แก่ความสะดวกของทำเลที่ตั้ง โดยการที่มาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันในแต่ละครั้งส่วนใหญ่มาเติมน้ำมันร้อยละ 98 ใช้บริการเติมลมยางร้อยละ 77.5 ใช้บริการหียงน้ำร้อยละ 67.0 ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการแต่ละครั้ง มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 201 – 300 บาท ร้อยละ 33.5 รองลงมาใช้บริการครั้งละ 301 – 400 บาท ร้อยละ 26.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมัน เคยใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อร้อยละ 94.5 ไม่เคยใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันร้อยละ 5.5 จำนวนเงินที่มาใช้บริการในร้านสะดวกซื้อ โดยเฉลี่ยครั้งละ 50 – 100 บาท ร้อยละ 41.2 รองลงมาใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อครั้งละต่ำกว่า 50 บาทร้อยละ 22.7 ประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ซื้อในร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันจะซื้อประเภทเครื่องดื่มร้อยละ 90.5 ซื้อขนมขบเคี้ยวร้อยละ 81.5 โดยช่วงเวลาที่นิยมมาใช้บริการส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลา que คิดว่าสะดวกร้อยละ 47.5 จะมาใช้บริการในช่วงเวลา 15.01–18.00 น. ร้อยละ 15.5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจฟาสต์ฟู้ดของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด  
เชียงใหม่

ข้อมูลการให้บริการธุรกิจฟาสต์ฟู้ด ได้แก่ ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดต่างๆ ที่เคยใช้บริการ ประเภทของ  
อาหารฟาสต์ฟู้ดที่ชอบ ความถี่ในการไปใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการไปใช้บริการจำนวนเงินที่ใช้ไปใช้  
บริการในแต่ละครั้ง และการทราบข้อมูลข่าวสารของธุรกิจฟาสต์ฟู้ด ปรัชญาการวิเคราะห์ตามตารางที่  
16 - 24 ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่รู้จัก

ชื่อร้าน	จำนวน	ร้อยละ
K.F.C	193	96.5
MC DONALD	171	85.5
เซสเตอร์กิลล์	144	72.0
บีบี ซิคเก้น	16	8.0
ป๊อปปายส์	53	26.5
A&W	105	52.5
PIZZA HUT	182	91.0
MISTER DONUT	162	81.0
ทองจอห์น ซิลเวอร์	10	5.0
DUNKIN DONUT	155	77.5
โบรสเตอร์	8	4.0
เบอร์เกอร์คิงส์	134	67.0
แฮมเบอร์เกอร์	61	30.5
อื่นๆ	11	5.5

ตารางที่ 16 จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 คนส่วนใหญ่รู้จักร้าน K.F.C คิดเป็นร้อยละ  
96.5 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้าน PIZZA HUT ร้อยละ 91.0 และผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้าน  
MC DONALD ร้อยละ 85.5

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง แครีควิน 4 ราย บาสกิ้นร็อบบิ้น 4 ราย ซิสเลอร์ 3 ราย

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยใช้บริการที่ร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ด

การให้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	จำนวน	ร้อยละ
เคย	187	93.5
ไม่เคย	13	6.5
รวม	200	100

ตารางที่ 17 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการที่ร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ด ร้อยละ 93.5 และไม่เคยใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้อยละ 6.5

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่เคยไปใช้บริการ

ชื่อร้าน	จำนวน	ร้อยละ
K.F.C	184	98.4
MC DONALD	143	76.5
เซสเตอร์กิลด์	120	64.2
บีบี ซิคเก้น	10	5.3
ป๊อปอายส์	29	15.5
A&W	70	37.4
PIZZA HUT	163	87.2
MISTER DONUT	130	69.5
ลองจอห์น ซิลเวอร์	7	3.7
DUNKIN DONUT	126	67.4
โบรสเตอร์	5	2.7
เบอร์เกอร์คิงส์	90	48.1
แฮมเบอร์เกอร์	33	17.6
อื่นๆ	4	2.1

ตารางที่ 18 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด จำนวน 187 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เคยใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดร้าน K.F.C ร้อยละ 98.4 ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดร้าน PIZZA HUT ร้อยละ 87.2 และผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดร้าน MC DONALD ร้อยละ 76.5

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง บาสกิ้นร็อบบิ้น 2 ราย แครีควิน 1 ราย สเวนเซ่น 1 ราย

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ชอบ

ประเภทของอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
พิซซ่า	130	69.5
ไก่ทอด	159	85.0
แฮมเบอร์เกอร์	83	44.4
สปาเก็ตตี้	40	21.4
แซนวิช	56	29.9
ขนมปังกระเทียม	74	39.6
ข้าวอบกระเทียม	15	8.0
เฟรนช์ฟราย	121	64.7
สลัด	89	47.6
ฟิชเบอร์เกอร์	41	21.9
โดนัท	120	64.2
ไอศกรีม	122	65.2
อื่นๆ	4	2.1

ตารางที่ 19 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด จำนวน 187 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานไก่ทอด ร้อยละ 85.0 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานพิซซ่า ร้อยละ 69.5 และผู้ตอบแบบสอบถามชอบทาน ไอศกรีม ร้อยละ 65.2

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง หอมทอด 2 ราย สเวนเซ่น 1 ราย กาแฟ 1 ราย

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่พาไปใช้บริการที่ร้านอาหารพลาสติกฟู้ดด้วย

บุคคลที่ไปทานอาหารพลาสติกฟู้ดด้วย	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัวและลูก	78	41.7
แฟน	63	33.6
ญาติ	38	20.3
เพื่อน	140	74.9
พี่ - น้อง	62	33.2
คนเดียว	40	21.4
อื่นๆ	2	1.0

ตารางที่ 20 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการที่ร้านอาหารพลาสติกฟู้ด จำนวน 187 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปรับประทานอาหารพลาสติกฟู้ดกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 74.9 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามไปรับประทานอาหารพลาสติกฟู้ดกับครอบครัวและลูก คิดเป็นร้อยละ 41.7 ผู้ตอบแบบสอบถามไปรับประทานอาหารพลาสติกฟู้ดกับแฟน คิดเป็นร้อยละ 33.6

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง พ่อ-แม่ 2 ราย



ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการไปใช้บริการที่ร้าน  
อาหารฟาสต์ฟู้ดใน 1 เดือน

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
1 - 3 ครั้ง	134	71.7
4 - 6 ครั้ง	9	4.8
มากกว่า 6 ครั้ง	22	11.8
อื่นๆ	22	11.8
รวม	187	100

ตารางที่ 21 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด จำนวน 187 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดจำนวน 1-3 ครั้ง ใน 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 71.7 ผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแล้วแต่ความสะดวก และมากกว่า 6 ครั้ง ใน 1 เดือน มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด 4-6 ครั้ง ใน 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 4.8

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง แล้วแต่สะดวก 9 ราย นานๆครั้ง 7 ราย 2-3 เดือน/ครั้ง 2 ราย เดือนละครั้ง 1 ราย ปีละ 2-3 ครั้ง 1 ราย ไม่นั่นนอน 2 ราย

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ  
ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
แทนอาหารกลางวัน	68	36.4
เป็นอาหารว่าง	114	61.0
เป็นจุดนัดพบ	79	42.2
แทนอาหารเย็น	44	23.5
ตามแฟชันนิยม	15	8.0
อื่นๆ	16	8.6

ตารางที่ 22 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด จำนวน 187 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เพื่อเป็นอาหารว่างร้อยละ 61.0 เป็นจุดนัดพบร้อยละ 42.2 และแทนอาหารกลางวัน ร้อยละ 36.4

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง เพราะเห็นว่าสะดวก 4 ราย เปลี่ยนบรรยากาศ 3 ราย อยากรับประทาน 3 ราย พักผ่อน 2 ราย เพื่อนชวน 2 ราย ถูกต้องการ 1 ราย ชอบรสชาติ 1 ราย

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่มาใช้บริการที่ร้าน  
อาหารฟาสต์ฟู้ด

จำนวนเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50 บาท	4	2.1
50 – 100 บาท	28	14.9
101 – 150 บาท	24	12.8
151 – 200 บาท	46	24.6
มากกว่า 200 บาทขึ้นไป	85	45.5
รวม	187	100

ตารางที่ 23 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด จำนวน 187 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดโดยเฉลี่ยมากกว่า 200 บาทขึ้นไป ร้อยละ 45.5 รองลงมาเฉลี่ยครั้งละ 151-200 บาท ร้อยละ 24.6 และเฉลี่ยครั้งละ 50-100 บาท ร้อยละ 14.9

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ทีวี	145	77.5
วิทยุท้องถิ่น	18	9.6
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	22	11.8
ป้ายโฆษณา	135	72.2
เพื่อนหรือญาติแนะนำ	73	43.8
แผ่นพับใบปลิว	109	58.3
อื่นๆ	5	2.7

ตารางที่ 24 จากจำนวนผู้ที่เคยใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด จำนวน 187 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลข่าวสารจากทีวี ร้อยละ 77.5 รองลงมาทราบข้อมูลข่าวสารจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 72.2 และทราบข้อมูลข่าวสารจากแผ่นพับใบปลิว ร้อยละ 58.3

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง เดินไปพบเอง 4 ราย ป้ายโฆษณาที่มีโปสเตอร์ชั้นรายการอาหาร 1 ราย

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

สรุปผลการวิจัยส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจฟาสต์ฟู้ดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักร้าน K.F.C ร้อยละ 96.5 รองมารู้จักร้าน PIZZA HUT ร้อยละ 91.0 ร้าน MC DONALD ร้อยละ 85.5 โดยผู้ตอบแบบสอบถามเคยไปใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้อยละ 93.5 ไม่เคยไปใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้อยละ 6.5 ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่เคยไปรับประทาน ได้แก่ K.F.C. ร้อยละ 98.4 รองลงมา ได้แก่ PIZZA HUT ร้อยละ 87.2 ประเภทของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบ ได้แก่ ไก่ทอด ร้อยละ 85.0 รองลงมาชอบทานพิซซ่า ร้อยละ 69.5 บุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดด้วย ได้แก่ เพื่อน ร้อยละ 74.9 รองลงมา ได้แก่ ครอบครัวและลูก ร้อยละ 41.7 ความถี่ที่มาใช้บริการโดยเฉลี่ย 1 – 3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 71.7 วัตถุประสงค์ของการมาใช้บริการเป็นอาหารว่าง ร้อยละ 61.0 เป็นจุดนัดพบ ร้อยละ 42.2 ค่าใช้จ่ายที่มาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ยมากกว่า 200 บาท ร้อยละ 45.5 เฉลี่ยครั้งละ 50 – 100 บาท ร้อยละ 14.9 แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดส่วนใหญ่ทราบข้อมูลจากทางทีวี ร้อยละ 77.5 รองลงมาทราบข้อมูลจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 72.2 และแผ่นพับใบปลิว ร้อยละ 58.3

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมันภายใต้ชื่อ  
ป๊อปปายส์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นการมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมัน ได้แก่ การเห็นด้วย และไม่เห็นด้วยในการตั้งร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด การเคยรู้จัก ร้านป๊อปปายส์ การเคยใช้บริการร้านอาหารป๊อปปายส์ เวลาที่คาดว่าจะมาใช้ ค่าใช้จ่ายที่คาดว่าจะมาใช้ ปรากฏตามตารางที่ 25-34 ดังนี้ รายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ในสถานบริการน้ำมัน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตั้งร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมัน	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	173	86.5
ไม่เห็นด้วย	27	13.5
รวม	200	100

ตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นด้วยในการที่จะมีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมัน ร้อยละ 86.5 และไม่เห็นด้วยในการที่จะมีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมัน ร้อยละ 13.5

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการแสดงความคิดเห็นด้วยในการมีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมัน

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกต่อการมาใช้บริการ	138	79.8
มีที่จอดรถสะดวก	106	61.3
เพื่อให้สถานบริการน้ำมันเป็นธุรกิจครบวงจร	78	45.1
เพราะสามารถมาใช้บริการได้พร้อมกันทีเดียว	102	58.9
อื่นๆ	4	2.3

ตารางที่ 26 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นด้วย จำนวน 173 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นด้วยในการที่จะมีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมัน เพราะสะดวกต่อการมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 79.8 รองลงมา เพราะมีที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 61.3 และ เพราะสามารถมาใช้บริการพร้อมกันทีเดียว คิดเป็นร้อยละ 58.9

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง สถานที่บริการใกล้ที่พัก 3 ราย เพราะอยากให้มีย่านประเภทนี้ใน เชียงใหม่ 1 ราย

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการแสดงความไม่  
เห็นด้วยในการมีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานีสาน้ำมัน

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
อาหารกับน้ำมันควรอยู่แยกกัน	15	55.5
กลัวอาหารไม่สะอาด	7	25.9
ทำให้สถานีสาน้ำมันคับแคบ	6	22.2
อื่นๆ	7	25.9

ตารางที่ 27 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 27 คน ที่แสดงความไม่เห็นด้วยในการมี  
ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานีสาน้ำมัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เห็นด้วยในการที่จะมีร้านอาหาร  
ฟาสต์ฟู้ดในสถานีสาน้ำมัน เพราะอาหารกับน้ำมันควรอยู่แยกกัน ร้อยละ 55.5 รองลงมาไม่เห็น  
ด้วยที่จะมีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานีสาน้ำมัน เพราะกลัวอาหารไม่สะอาด และเหตุผลอื่นๆ จำนวน  
เท่ากัน ร้อยละ 25.9 และทำให้สถานีสาน้ำมันคับแคบ ร้อยละ 22.2

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง อื่น ได้แก่ ไม่เป็นที่นิยม 2 ราย ที่อื่นน่าจะสะดวกกว่า 2 ราย  
ไม่เหมาะทางทัศนวิสัย 2 ราย ไม่มีสิ่งดึงดูดใจ 1 ราย



ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จัก หรือเคยได้กิน ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดภายใต้ยี่ห้อป๊อปปายส์

การรู้จักร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ภายใต้ยี่ห้อป๊อปปายส์	จำนวน	ร้อยละ
เคย	71	35.5
ไม่เคย	129	64.5
รวม	200	100

ตารางที่ 28 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คนพบว่า ไม่เคยรู้จักร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดภายใต้ยี่ห้อป๊อปปายส์ ร้อยละ 64.5 และผู้ตอบแบบสอบถามเคยรู้จักร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดภายใต้ยี่ห้อป๊อปปายส์ร้อยละ 35.5

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เคยใช้บริการร้านอาหาร  
ไก่ทอดป๊อปอายส์

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ร้านขายไก่ทอดป๊อปอายส์ในกรุงเทพฯ	46	64.8
ร้านขายไก่ทอดป๊อปอายส์ในต่างประเทศ	1	1.4
เคยได้ยินชื่อแต่ยังไม่เคยใช้บริการ	24	33.8
รวม	71	100

ตารางที่ 29 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้ยินชื่อร้านอาหารป๊อปอายส์ จำนวน 71 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการร้านขายไก่ทอดป๊อปอายส์ในกรุงเทพฯ ร้อยละ 64.8 รองลงมา เคยได้ยินชื่อแต่ยังไม่เคยใช้บริการร้านขายไก่ทอดป๊อปอายส์ ร้อยละ 33.8 และเคยใช้บริการร้านขายไก่ทอดป๊อปอายส์ในต่างประเทศ ร้อยละ 1.4

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความคิดเห็นในการมาใช้บริการ ถ้าหากมีร้านอาหาร  
ฟาสต์ฟู้ดไก่ทอดชื่อป๊อปอายส์ ตั้งในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด  
เชียงใหม่

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มาใช้บริการ	22	11.0
มาใช้บริการ	77	38.5
ไม่แน่ใจ	101	50.5
รวม	200	100

ตารางที่ 30 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คนพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจว่าจะมาใช้  
บริการ ร้อยละ 50.5 และจะมาใช้บริการ ร้อยละ 38.5 และไม่มาใช้บริการ ร้อยละ 11.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงความสัมพันธ์ของผู้ที่เคยและไม่เคยรู้จักร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์กับการตัดสินใจ  
มาใช้บริการ

การรู้จักและไม่รู้จัก	การตัดสินใจ							
	ไม่มาใช้บริการ		มาใช้บริการ		ไม่แน่ใจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	9	4.5	32	16.0	30	15.0	71	35.5
ไม่เคย	13	6.5	45	22.5	71	35.5	129	64.5
รวม	22	11.0	77	38.5	101	50.5	200	100

ตารางที่ 31 จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน พบว่า ผู้ที่ตอบเคยรู้จักร้านป๊อปปายส์ จำนวน 71 คน คาดว่าจะมาใช้บริการ ร้อยละ 16.0 ยังไม่แน่ใจ ร้อยละ 15.0 และไม่มาใช้บริการ ร้อยละ 4.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่าไม่เคยรู้จักร้านป๊อปปายส์ จำนวน 129 คน ตอบไม่แน่ใจร้อยละ 35.5 คาดว่าจะมาใช้บริการ ร้อยละ 22.5 และไม่มาใช้บริการ ร้อยละ 6.5

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ไม่มาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไก่ทอด ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
ยังไม่รู้จักตัวสินค้า	16	72.7
ชอบอาหารประเภทอื่นมากกว่า	4	18.2
ไม่มั่นใจในคุณภาพและรสชาติ	11	50.0
ต้องการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตามศูนย์การค้ามากกว่า	10	45.5
อื่นๆ	5	22.7

ตารางที่ 32 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มาใช้บริการ จำนวน 22 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไก่ทอด ชื่อ บ๊อปอายส์ ที่ตั้งในสถานบริการน้ำมันเชลล์ เพราะยังไม่รู้จักตัวสินค้า คิดเป็นร้อยละ 72.7 ไม่มั่นใจในคุณภาพและรสชาติ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และต้องการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตามศูนย์การค้ามากกว่า คิดเป็นร้อยละ 45.5

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง ไม่นิยมทานอาหารประเภทนี้ 5 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

สงวน 647.95  
81167

เลขทะเบียน.....เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม และการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไก่ทอดชื่อป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

อายุ	การตัดสินใจ							
	ไม่มาใช้บริการ		มาใช้บริการ		ไม่แน่ใจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	0.5	3	1.5	2	1	6	3
20-30 ปี	11	5.5	36	18	64	32	111	55.5
31-40 ปี	6	3	26	13	27	13.5	59	29.5
41-50 ปี	1	0.5	8	4	5	2.5	14	7
50 ปีขึ้นไป	3	1.5	4	2	3	1.5	10	5
รวม	22	11	77	38.5	101	50.5	200	100

ตารางที่ 33 จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มากที่สุด ยังไม่แน่ใจว่าจะมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไก่ทอดชื่อป๊อปอายส์ คิดเป็นร้อยละ 32.0 คาดว่าจะมาใช้บริการร้อยละ 18.0 ไม่มาใช้บริการ ร้อยละ 5.5

ตารางที่ 34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามและการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไก่ทอดซื้อป๊อปปายส์ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

รายได้	การตัดสินใจ							
	ไม่มาใช้บริการ		มาใช้บริการ		ไม่แน่ใจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	5	2.5	14	7	14	7	33	16.5
5,000-10,000 บาท	2	1	29	14.5	33	16.5	64	32
10,000-15,000 บาท	5	2.5	11	5.5	22	11	38	19
15,001-20,000 บาท	2	1	12	6	12	6	26	13
มากกว่า 20,000 บาท	8	4	11	5.5	20	10	39	19.5
รวม	22	11	77	38.5	101	50.5	200	100

ตารางที่ 34 จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ระดับ 5,000-10,000 บาท เป็นกลุ่มที่มากที่สุด ไม่แน่ใจร้อยละ 16.5 คาดว่าจะมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ภายใต้อายุซื้อป๊อปปายส์ คิดเป็นร้อยละ 14.5 ไม่มาใช้บริการ ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามและการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไก่ทอดชื่อ ป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

อาชีพ	การตัดสินใจ							
	ไม่มาใช้บริการ		มาใช้บริการ		ไม่แน่ใจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	2	1	12	6	14	7	28	14
รับราชการ	4	2	18	9	23	11.5	45	22.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	1.5	10	5	13	6.5	26	13
พนักงานบริษัทเอกชน	8	4	21	10.5	32	16	61	30.5
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	3	1.5	6	3	12	6	21	10.5
อื่นๆ	2	1	10	5	7	3.5	19	9.5
รวม	22	11	77	38.5	101	50.5	200	100

ตารางที่ 35 จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนซึ่งมีจำนวนมากที่สุดยังไม่แน่ใจที่จะมาใช้บริการร้อยละ 16.0 คาดว่าจะมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดภายใต้ชื่อป๊อปอายส์ คิดเป็นร้อยละ 10.5



วันที่ 36 แสดงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่คาดว่าจะมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ในสถาบันบริการน้ำมันเชลล์ เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนการศึกษาคือ 10 ปี วัตถุประสงค์ อธิบาย วัตถุประสงค์

อายุ	รายได้										การศึกษา										อาชีพ																								
	< 5,000		5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		> 20,000		รวม	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวช.	ปวศ.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	อื่นๆ	รวม	นักเรียน	นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานบริษัท	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม																			
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ																		
30 ปี	1	2.5								1	2.5																																		
30 ปี	5	12.5								3	7.5																																		
40 ปี	8	20	5	12.5	3	7.5	3	7.5	3	7.5	1	2.5	1	2.5	2	5	7	17.5	3	7.5	5	12.5	3	7.5	1	2.5																			
50 ปี					2	5	2	5	4																																				
ทั้งหมด	6	15	13	32.5	5	12.5	7	17.5	9	22.5	40	0	0	6	15	1	2.5	8	20	19	47.5	6	15	2	5	3	7.5	2	5	1	2.5	40	7	17.5	12	30	5	12.5	9	22.5	4	10	3	7.5	40
อายุ																																													
30 ปี	2	5								1	2.5																																		
30 ปี	6	15	12	30	2	5	2	5	1	2.5	2	5	1	2.5	3	7.5	1	2.5	4	10	12	30	3	7.5	1	2.5	23	3	7.5	2	5	2	5	2	5	2	5	9	22.5	2	5	5	12.5	23	
40 ปี	2	5	2	5	1	2.5	2	5	7	17.5	1	2.5	1	2.5	2	5	2	5	1	2.5	2	5	2	5	7	17.5	1	2.5	7	17.5	1	2.5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	7	17.5	
50 ปี																																													
ทั้งหมด																																													
รวม	8	20	16	40	6	15	5	12.5	2	5	37	1	2.5	3	7.5	2	5	6	15	19	47.5	5	12.5	1	2.5	37	5	12.5	6	15	5	12.5	6	15	5	12.5	0	0	11	27.5	3	7.5	7	17.5	37
ทั้งหมด	14	35	29	72.5	11	27.5	12	30	11	27.5	77	1	2.5	9	22.5	3	7.5	14	35	38	95	11	27.5	1	2.5	77	12	30	18	45	10	25	20	50	7	17.5	10	25	77						

ตารางที่ 36 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด จำนวน 77 รายพบว่า กลุ่มที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย คือกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย อายุ 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท และ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคาดหมายที่จะมาใช้ บริการและผู้ที่ไม่แน่ใจว่าจะมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไก่ทอดป๊อปอายส์ ในสถานี่ บริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ความคาดหมาย	มาใช้ บริการ	ไม่ แน่ใจ	จำนวน รวม	ร้อยละ
ทุกโอกาสที่คิดว่าสะดวก	39	52	91	51.1
เมื่อมาใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อ	16	12	28	15.7
เมื่อมาใช้บริการที่สถานี่บริการน้ำมันเชลล์โดยเฉพาะ	12	17	30	16.9
เมื่อเป็นทางผ่านกลับบ้าน	6	11	16	8.9
อื่นๆ	4	9	13	7.3
รวม	77	101	178	100

ตารางที่ 37 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และยังไม่แน่ใจจำนวน 178 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไก่ทอดป๊อปอายส์ในทุกโอกาสที่คิดว่าสะดวก ร้อยละ 51.1 รองลงมาจะมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไก่ทอดป๊อปอายส์เมื่อมาใช้บริการที่สถานี่บริการน้ำมันเชลล์โดยเฉพาะ ร้อยละ 16.9 และจะมาใช้บริการเมื่อมาใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 15.7

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง เมื่อถูกอยากกิน 2 ราย อยากรับประทาน 5 ราย แล้วแต่โอกาส 5 ราย เพื่อนชวน 1 ราย

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่คาดว่าจะมาใช้บริการร้าน  
อาหารฟาสต์ฟู้ดไก่ทอดป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด  
เชียงใหม่

วันที่คาดว่าจะมาใช้บริการ	มาใช้ บริการ	ไม่แน่ ใจ	จำนวน รวม	ร้อยละ
วันธรรมดา	3	0	3	1.7
วันเสาร์-อาทิตย์	14	17	31	17.4
วันหยุดนักขัตฤกษ์	0	2	2	1.1
แล้วแต่สะดวก	58	79	137	76.9
อื่นๆ	2	3	5	2.8
รวม	77	101	178	100

ตารางที่ 38 จากจำนวน ผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำนวน  
178 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะมาใช้บริการที่ร้านป๊อปอายส์ในวันที่คิดว่าสะดวก  
ร้อยละ 76.9 รองลงมาคาดว่าจะมาใช้บริการที่ร้านป๊อปอายส์ ในวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 17.4 และคาดว่าจะ  
มาใช้บริการที่ร้านป๊อปอายส์ในวันอื่นๆ ได้แก่ วันที่ครอบครัวต้องการ เมื่ออยากที่จะรับประทาน ร้อยละ  
2.8

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง วันที่เติมน้ำมัน 1 ราย ทุกวันหยุด 2 ราย แล้วแต่โอกาส 2 ราย

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าที่คาดว่าจะมาใช้บริการ ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไก่ทอดป๊อปอายส์ ต่อครั้ง ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

มูลค่าที่คาดว่าจะมาใช้บริการ	มาใช้ บริการ	ไม่แน่ใจ	จำนวน รวม	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50 บาท	4	3	7	3.9
50 – 100 บาท	23	26	49	27.5
101 – 150 บาท	18	32	51	28.7
151 – 200 บาท	20	28	47	26.4
มากกว่า 200 บาทขึ้นไป	12	12	24	13.4
รวม	77	101	178	100

ตารางที่ 39 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำนวน 178 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามถ้าหากจะมาใช้บริการ จะมาใช้บริการต่อครั้งเป็น จำนวนเงิน 101-150 บาท ร้อยละ 28.7 รองลงมา มูลค่าที่จะมาใช้บริการต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน 50-100บาท ร้อยละ 27.5 และมูลค่าที่จะมาใช้บริการต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน 151-200 บาท ร้อยละ 26.4

All rights reserved

สรุปผลการวิจัยส่วนที่ 4 ความคิดเห็นการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมัน เขตหลักสี่ได้ซื้อป๊อบอายส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยที่จะมีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมัน ร้อยละ 86.5 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 13.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นด้วยให้เหตุผลในด้านของความสะดวกในการมาใช้บริการ ร้อยละ 79.8 รองลงมาเพราะมีที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 61.3 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เห็นด้วยให้เหตุผลว่า น้ำมันกับอาหารควรอยู่แยกกัน ร้อยละ 55.5 รองลงมากลัวอาหารไม่สะอาด ร้อยละ 25.9 ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยรู้จักหรือได้ยืมร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดคีย์หือป๊อบอายส์ ร้อยละ 64.5 เคยได้ยืมหรือรู้จัก ร้อยละ 35.5 โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้ยืมหรือรู้จักร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดคีย์หือป๊อบอายส์ เคยไปใช้บริการในกรุงเทพฯ ร้อยละ 64.8 เคยได้ยืมชื่อแต่ยังไม่เคยใช้บริการ ร้อยละ 33.8 เคยใช้บริการในต่างประเทศ ร้อยละ 1.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ร้อยละ 50.5 ยังไม่แน่ใจที่จะมาใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ ร้อยละ 38.5 ไม่มาใช้บริการ ร้อยละ 11.0 เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจมาใช้บริการเพราะยังไม่รู้จักตัวสินค้า ร้อยละ 72.7 ไม่มั่นใจในคุณภาพและรสชาติ ร้อยละ 50.0 สำหรับผู้ที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และยังไม่แน่ใจถ้าหากจะมาใช้บริการจะมาในช่วงที่คิดว่าสะดวก ร้อยละ 51.1 เมื่อมาใช้บริการที่สถานบริการน้ำมันหลักสี่โดยเฉพาะ ร้อยละ 16.9 ส่วนวันที่จะมาใช้บริการส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในวันที่คิดว่าสะดวก ร้อยละ 76.9 รองลงมาเป็นวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 17.4 จำนวนเงินที่คาดว่าจะมาใช้บริการครั้งละ 101-150 บาท ร้อยละ 28.7 รองลงมาคาดว่าจะมาใช้บริการครั้งละ 50 - 100 บาท ร้อยละ 27.5 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดส์ จำนวน 77 ราย พบว่า กลุ่มเป็นที่ถูกค่าเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย อายุ 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ  
ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลความคิดเห็น ได้แก่ ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ทั้งทางด้าน  
ผลิต ภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 40 ตารางสรุปค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบ  
สอบถาม

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ยของคะแนนรวม	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.34	มาก
ด้านราคา	4.20	มาก
ด้านสถานที่ให้บริการ	4.37	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.04	มาก

ตารางที่ 40 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำนวน 178 คน  
พบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก  
และพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตาม ลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ด ป๊อปอายส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
1. รสชาติของอาหาร	4.72	มากที่สุด
2. คุณภาพของอาหาร	4.62	มากที่สุด
3. ความสดของอาหาร	4.56	มากที่สุด
4. การหีบห่อ	3.99	มาก
5. ชื่อเสียง	3.87	มาก
6. ความหลากหลายของอาหาร	4.20	มาก
7. มีความเป็นมาตรฐาน	4.40	มาก

ตารางที่ 41 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำนวน 178 คน พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ ระดับมากที่สุด ได้แก่ รสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร ความสดของอาหาร ตามลำดับ และ ระดับมาก ได้แก่ ความเป็นมาตรฐาน ความหลากหลายของอาหาร ชื่อเสียง และ การหีบห่อ ตามลำดับ



ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย ของปัจจัยทางด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการ ร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ด ป๊อปปายส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
1. ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน	4.47	มาก
2. ความคุ้มกับราคาของอาหาร	4.43	มาก
3. การจัดราคาแบบเซ็ท	3.92	มาก
4. ราคาต่ำกว่าธุรกิจร้านขายไก่ทอดในธุรกิจประเภทเดียวกัน	3.96	มาก
5. ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่แพง	4.20	มาก

ตารางที่ 42 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำนวน 178 คน พบว่าระดับความสำคัญของปัจจัยทางด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการ ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน รองลงมา คือ ความคุ้มกับราคาของอาหาร และราคาอาหารเครื่องดื่มไม่แพง ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหาร  
 ฟาสต์ฟู้ด ป๊อปปายส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอ  
 เมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ สำคัญ
1. ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.55	มากที่สุด
2. มีที่จอดรถเพียงพอ	4.57	มากที่สุด
3. ร้านอาหารที่สะอาด	4.63	มากที่สุด
4. การตกแต่งสถานที่สวยงาม	4.12	มาก
5. มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอ	4.12	มาก
6. มองเห็นได้ง่ายและชัดเจน	4.28	มาก
7. ความสะอาดอุปกรณ์ภาชนะ	4.45	มาก
8. บรรยากาศภายในร้าน	4.23	มาก

ตารางที่ 43 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำนวน 178 คน พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยทางด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ ร้านอาหารที่สะอาด รองลงมา คือ มีที่จอดรถเพียงพอ และท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางใน ระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ รองลงมา มองเห็นได้ง่าย และชัดเจน บรรยากาศภายในร้าน การตกแต่งสถานที่สวยงาม และมีสถานที่นั่งพักและนั่งรอ ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
1. การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โบปปลิว หนังสือพิมพ์	3.97	มาก
2. มีการแจกคูปองส่วนลดแก่ลูกค้า	4.12	มาก
3. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของร้าน	3.55	มาก
4. การแนะนำจากเพื่อน/พี่-น้อง/คุณพ่อ,คุณแม่	3.49	ปานกลาง
5. การแลกเปลี่ยนของที่ระลึก	3.48	ปานกลาง
6. การแจ้งข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของร้านป๊อปปายส์	3.61	มาก
7. มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	4.22	มาก
8. พนักงานให้การบริการเอาใจใส่ท่านด้วยความเป็นกันเอง สุภาพ อ่อนน้อม	4.44	มาก
9. บุคลิกภาพ/ มารยาท	4.51	มากที่สุด
10. พนักงานแต่งกายสะอาด	4.47	มาก
11. พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน	4.53	มากที่สุด

ตารางที่ 44 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำนวน 178 พบว่าระดับความสำคัญของปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน มีบุคลิกภาพ มารยาทดี ใน ระดับมาก ได้แก่ พนักงานแต่งกายสะอาด พนักงานให้การบริการเอาใจใส่ด้วยความเป็นกันเอง มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ มีการแจกคูปองส่วนลดแก่ลูกค้า การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โบปปลิว หนังสือพิมพ์ และการแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ ระดับปานกลาง ได้แก่ การแนะนำเพื่อน/พี่-น้อง คุณพ่อ-คุณแม่ และรองลงมา คือ การแลกเปลี่ยนของที่ระลึก

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	50 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
1. รสชาติของอาหาร	✓ 4.98 (มากที่สุด)	4.72 ✓ (มากที่สุด)	4.68 ✓ (มากที่สุด)	4.51 ✗ (มากที่สุด)	4.74 ✓ (มากที่สุด)	4.72 ✓
2. คุณภาพของอาหาร	✓ 4.98 (มากที่สุด)	4.57 ✗ (มากที่สุด)	4.62 ✗ (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.63 ✗ (มากที่สุด)	4.62 ✗
3. ความสดของอาหาร	4.89 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.48 (มาก)	4.37 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.56
4. การหีบห่อ	4.23 (มาก)	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.99
5. ชื้อเสียง	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.60 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87
6. ความหลากหลายของอาหาร	4.51 (มากที่สุด)	3.97 (มาก)	3.95 (มาก)	4.25 (มาก)	4.32 (มาก)	4.20
7. มีความเป็นมาตรฐาน	4.27 (มาก)	4.31 (มาก)	4.24 (มาก)	4.68 ✓ (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.40

ตารางที่ 45 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำนวน 178 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ตามอายุ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอายุ ต่ำกว่า 20 ปี และ กลุ่มอายุ 50ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านรสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร ความสดของอาหาร และ ความหลากหลายของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 20-30 ปี และ กลุ่มอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้าน รสชาติของอาหาร และ คุณภาพของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ กลุ่มอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้าน รสชาติของอาหาร และ มีความเป็นมาตรฐาน ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำนวนตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านราคาที่มีผล ต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมัน เซลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ					รวมเฉลี่ย
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	50 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
1. ราคาอาหารและเครื่องคั้มนที่เป็นมาตรฐาน	4.40 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.48 (มาก)	4.47
2. ความคุ้มกับราคาของอาหาร	4.51 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.38 (มาก)	4.21 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	4.43
3. การจัดราคาแบบเซ็ท	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)	3.82 (มาก)	4.15 (มาก)	4.08 (มาก)	3.92
4. ราคาต่ำกว่าธุรกิจร้านขายไก่ทอดในธุรกิจประเภทเดียวกัน	4.31 (มาก)	3.65 (มาก)	3.75 (มาก)	3.98 (มาก)	4.12 (มาก)	3.96
5. ราคาอาหารและเครื่องคั้มนไม่แพง	4.51 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)	3.87 (มาก)	4.33 (มาก)	4.14 (มาก)	4.20

ตารางที่ 46 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำนวน 178 คนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ในสถานบริการน้ำมัน เซลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ตามอายุ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในด้านความคุ้มกับราคาของอาหาร และราคาอาหารเครื่องคั้มนไม่แพง ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 20-30 ปี และ กลุ่มอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในด้าน ราคาอาหารและเครื่องคั้มนที่เป็นมาตรฐาน ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในทุกๆด้านในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในด้านความคุ้มกับราคาของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	อายุ					รวม เฉลี่ย
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	50 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
1. ท่ารถที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	5.00 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	3.85 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.55
2. มีที่จอดรถเพียงพอ	4.60 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.57
3. ร้านอาหารที่สะอาด	4.72 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.63
4. การตกแต่งสถานที่สวยงาม	4.18 (มาก)	3.90 (มาก)	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)	4.22 (มาก)	4.12
5. มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอ	4.23 (มาก)	4.01 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	4.12
6. มองเห็นได้ง่าย และชัดเจน	4.40 (มาก)	4.19 (มาก)	4.13 (มาก)	4.33 (มาก)	4.35 (มาก)	4.28
7. ความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ	4.53 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.35 (มาก)	4.36 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.45
8. บรรยากาศภายในร้าน	4.17 (มาก)	4.22 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)	4.31 (มาก)	4.23

ตารางที่ 47 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำนวน 178 คนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ ฟู้ดป๊อปอายส์ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกันตามอายุโดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอายุ ต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มอายุ 50ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้านทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ร้านอาหารที่สะอาด มีที่จอดรถเพียงพอ ความสะอาดของอุปกรณ์ ภาชนะ ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน ทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ และ ร้านอาหารที่สะอาด ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 31-40 ปี และ กลุ่มอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน มีที่จอดรถเพียงพอ และ ร้านอาหารที่สะอาด ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					รวมเฉลี่ย
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	50 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
1. การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ	4.17 (มาก)	4.26 (มาก)	3.89 (มาก)	3.64 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97
2. มีการแจกคูปองส่วนลด	4.51 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)	3.97 (มาก)	4.12
3. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของร้าน	3.33 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.57 (มาก)	3.51 (มาก)	3.78 (มาก)	3.55
4. การแนะนำจากคนรู้จัก	3.62 (มาก)	3.51 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.49
5. การแลกซื้อของที่ระลึก	3.52 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.48
6. การแจ้งข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของร้าน	3.95 (มาก)	3.51 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.63 (มาก)	3.61
7. มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	4.21 (มาก)	4.19 (มาก)	4.27 (มาก)	3.97 (มาก)	4.48 (มาก)	4.22
8. พนักงานให้การบริการเอาใจใส่ท่านด้วยความเป็นกันเอง	4.51 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.38 (มาก)	4.36 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.44
9. บุคลิกภาพ / มารยาท	4.57 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.51
10. พนักงานแต่งกายสะอาด	4.57 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)	4.41 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.47
11. พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน	4.51 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.53



ตารางที่ 48 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำนวน 178 คนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกันตามอายุ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้าน พนักงานแต่งการสะอาด มีบุคลิกภาพมารยาทดี พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว มีการแจกคู่มือส่วนลด ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้าน พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้าน พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน มีบุคลิกภาพมารยาทดี ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้าน พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน พนักงานแต่งกายสะอาด และ มีบุคลิกภาพมารยาทดี ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้าน พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน มีบุคลิกภาพมารยาทดี พนักงานให้การบริการเอาใจใส่อย่างเป็นกันเอง ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1. รสชาติของอาหาร	4.66 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.84 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.72
2. คุณภาพของอาหาร	4.47 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.62
3. ความสดของอาหาร	4.31 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	4.56
4. การหีบห่อ	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)	3.89 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	3.99
5. ซื่อสัตย์	3.80 (มาก)	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)	3.90 (มาก)	3.82 (มาก)	3.89 (มาก)	3.87
6. ความหลากหลายของ อาหาร	4.21 (มาก)	4.22 (มาก)	4.12 (มาก)	4.25 (มาก)	4.09 (มาก)	4.33 (มาก)	4.20
7. มีความเป็นมาตรฐาน	4.41 (มาก)	4.42 (มาก)	4.48 (มาก)	4.43 (มาก)	4.09 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.40

ตารางที่ 49 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำนวน 178 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ตามอาชีพ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านรสชาติของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพรับราชการ และกลุ่มอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้าน รสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร และ ความสดของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านรสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร และ ความสดของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพอื่นๆ อันได้แก่ อาจารย์มหาวิทยาลัย ลูกจ้างรายเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้าน รสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร ความสดของอาหาร มีความเป็นมาตรฐาน ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1. ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน	4.36 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.05 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.47
2. ความคุ้มกับราคาของอาหาร	4.41 (มาก)	4.43 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.40 (มาก)	4.43
3. การจัดการราคาแบบเซ็ท	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)	3.89 (มาก)	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.92
4. ราคาต่ำกว่าธุรกิจร้านขายไก่ทอดในธุรกิจประเภทเดียวกัน	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.98 (มาก)	3.89 (มาก)	4.12 (มาก)	3.97 (มาก)	3.96
5. ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่แพง	4.22 (มาก)	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)	4.27 (มาก)	4.16 (มาก)	4.23 (มาก)	4.20

ตารางที่ 50 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำนวน 178 คนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ตามอาชีพ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในทุกๆด้าน อันได้แก่ ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน ความคุ้มกับราคาของอาหารการจัดการราคาแบบเซ็ท ราคาต่ำกว่าธุรกิจร้านขายไก่ทอดในธุรกิจประเภทเดียวกัน ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพรับราชการ และ กลุ่มอาชีพอื่นๆให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน และ ความคุ้มกับราคาของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1. ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อ การเดินทาง	4.55 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.55
2. มีที่จอดรถเพียงพอ	4.45 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.57
3. ร้านอาหารที่สะอาด	4.53 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.63
4. การตกแต่งสถานที่ สวยงาม	4.13 (มาก)	4.10 (มาก)	4.12 (มาก)	4.23 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	4.12
5. มีสถานที่นั่งพักและ นั่งรอ	4.24 (มาก)	4.20 (มาก)	3.96 (มาก)	4.08 (มาก)	4.05 (มาก)	4.17 (มาก)	4.12
6. มองเห็นได้ง่าย และ ชัดเจน	4.34 (มาก)	4.31 (มาก)	4.08 (มาก)	4.30 (มาก)	4.32 (มาก)	4.28 (มาก)	4.27
7. ความสะอาด อุปกรณ์ภาชนะ	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.40 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.45
8. บรรยากาศภายใน ร้าน	4.16 (มาก)	4.25 (มาก)	4.05 (มาก)	4.30 (มาก)	4.18 (มาก)	4.44 (มาก)	4.23

ตารางที่ 51 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำนวน 178 คนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ตามอาชีพ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ในด้าน ท่าเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง และ ร้านอาหารที่สะอาด ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน มีที่จอดรถเพียงพอ ร้านอาหารที่สะอาด ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน ร้านอาหารที่สะอาด และมีที่จอดรถเพียงพอ ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้านร้านอาหารที่สะอาด ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ และ ความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน ความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ ร้านอาหารที่สะอาด และมีที่จอดรถเพียงพอ ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ						
	นักเรียนนักศึกษา	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1. การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ	4.14 (มาก)	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	3.97 (มาก)	4.18 (มาก)	3.78 (มาก)	3.97
2. มีการแจกคู่มือส่วนลด	4.05 (มาก)	4.07 (มาก)	3.95 (มาก)	4.23 (มาก)	4.27 (มาก)	4.15 (มาก)	4.12
3. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของร้าน	3.34 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.62 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.56 (มาก)	3.55
4. การแนะนำจากเพื่อน พี่-น้อง, พ่อ-แม่	3.42 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.49
5. การแลกเปลี่ยนของที่ระลึก	3.45 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.48
6. การแจ้งข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆของร้าน	3.66 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.56 (มาก)	3.61
7. มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	4.17 (มาก)	4.26 (มาก)	4.09 (มาก)	4.44 (มาก)	4.35 (มาก)	4.01 (มาก)	4.22
8. พนักงานให้การบริการเอาใจใส่ท่านด้วยความเป็นกันเอง	4.35 (มาก)	4.33 (มาก)	4.40 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.44
9. บุคลิกภาพ / มารยาท	4.39 (มาก)	4.49 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.51
10. พนักงานแต่งกายสะอาด	4.41 (มาก)	4.47 (มาก)	4.44 (มาก)	4.32 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.47
11. พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน	4.50 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.53

ตารางที่ 52 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำนวน 178 คนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกันตามอาชีพ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้าน พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้านทุกๆด้าน อันได้แก่ บุคลิกภาพและมารยาทของพนักงาน พนักงานแต่งกายสะอาด พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ ฯลฯ ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้านบุคลิกภาพและมารยาทของพนักงานชาย และ พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้าน พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน และ พนักงานให้การบริการเอาใจใส่ด้วยความเป็นกันเอง ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้าน พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน พนักงานแต่งกายสะอาด มีบุคลิกภาพและมารยาทดี และ พนักงานให้การบริการเอาใจใส่ด้วยความเป็นกันเอง ในระดับมากที่สุด



ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการและผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้					
	น้อยกว่า 5,000	5,000- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1. รสชาติของอาหาร	4.65 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.72
2. คุณภาพของอาหาร	4.48 (มาก)	4.47 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.90 (มากที่สุด)	4.62
3. ความสดของอาหาร	4.49 (มาก)	4.29 (มาก)	4.46 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.89 (มากที่สุด)	4.56
4. การหีบห่อ	4.06 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.76 (มาก)	4.22 (มาก)	3.99
5. ชื่อเสียง	3.95 (มาก)	3.64 (มาก)	4.04 (มาก)	3.55 (มาก)	4.17 (มาก)	3.87
6. ความหลากหลายของ อาหาร	4.34 (มาก)	4.13 (มาก)	4.27 (มาก)	3.88 (มาก)	4.38 (มาก)	4.20
7. มีความเป็นมาตรฐาน	4.39 (มาก)	4.10 (มาก)	4.37 (มาก)	4.45 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	4.40

ตารางที่ 53 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำนวน 178 คนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ตามรายได้ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับน้อยกว่า 5,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ระดับ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านรสชาติของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านรสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับ 15,001-20,000 บาท และ กลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้าน รสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร และ ความสดของอาหาร และ ความมีมาตรฐาน ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ป็อปปายล์ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านราคา	รายได้					
	น้อยกว่า 5,000	5,000- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1. ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน	4.34 (มาก)	4.21 (มาก)	4.50 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.47
2. ความคุ้มกับราคาของอาหาร	4.49 (มาก)	4.14 (มาก)	4.28 (มาก)	4.48 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	4.43
3. การจัดราคาแบบเซ็ท	3.79 (มาก)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)	4.20 (มาก)	4.14 (มาก)	3.92
4. ราคาต่ำกว่าธุรกิจร้านขายไก่ทอดในธุรกิจประเภทเดียวกัน	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)	3.90 (มาก)	4.33 (มาก)	3.96
5. ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่แพง	4.20 (มาก)	3.91 (มาก)	4.17 (มาก)	4.37 (มาก)	4.35 (มาก)	4.20

ตารางที่ 54 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำนวน 178 คนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ตามรายได้ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับน้อยกว่า 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ระดับ 5,000-10,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ระดับ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในทุกๆด้านอันได้แก่ ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน ความคุ้มกับราคาของอาหาร ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่แพง ราคาต่ำกว่าธุรกิจร้านขายไก่ทอดในธุรกิจประเภทเดียวกัน และการจัดราคาแบบเซ็ท ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในด้าน ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีระดับรายได้ มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในด้าน ความคุ้มกับราคาของอาหาร และ ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้					
	น้อยกว่า 5,000	5,000- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1.ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.40 (มาก)	4.35 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.90 (มากที่สุด)	4.55
2. มีที่จอดรถเพียงพอ	4.45 (มาก)	4.48 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.57
3. ร้านอาหารที่สะอาด	4.65 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)	4.85 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)	4.63
4. การตกแต่งสถานที่สวยงาม	4.03 (มาก)	3.90 (มาก)	4.29 (มาก)	3.84 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.12
5. มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอ	4.18 (มาก)	3.89 (มาก)	4.20 (มาก)	3.84 (มาก)	4.50 (มาก)	4.12
6. มองเห็นได้ง่าย และชัดเจน	4.45 (มาก)	4.06 (มาก)	4.30 (มาก)	4.00 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.28
7. ความสะอาดอุปกรณ์ ภาชนะ	4.50 (มาก)	4.30 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.05 (มาก)	4.85 (มากที่สุด)	4.45
8. บรรยากาศภายในร้าน	4.27 (มาก)	4.04 (มาก)	4.25 (มาก)	4.07 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.23

ตารางที่ 55 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำนวน 178 คนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ตามรายได้ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในด้านร้านอาหารที่สะอาด ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ระดับ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้านทุกๆด้าน อันได้แก่ ร้านอาหารที่สะอาด มีที่จอดรถเพียงพอ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ มองเห็นได้ง่ายและชัดเจน บรรยากาศภายในร้าน การตกแต่งสถานที่สวยงาม มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอ ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับ 10,001-15,000 และกลุ่มที่มีรายได้ระดับ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน ร้านอาหารที่สะอาด ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ และความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับ มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ มีที่จอดรถเพียงพอ มองเห็นได้ง่ายและชัดเจน การตกแต่งสถานที่ และ บรรยากาศภายในร้าน ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ จำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้					
	น้อยกว่า 5,000	5,000-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	มากกว่า 20,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1. การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ	4.06 (มาก)	3.87 (มาก)	3.95 (มาก)	3.80 (มาก)	4.18 (มาก)	3.97
2. มีการแจกคูปองส่วนลด	4.20 (มาก)	3.95 (มาก)	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)	4.30 (มาก)	4.12
3. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของร้าน	3.70 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.55
4. การแนะนำจากคนที่รู้จัก	3.52 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.49
5. การแลกเปลี่ยนของที่ระลึก	3.68 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.48
6. การแจ้งข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของร้าน	3.83 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.61
7. มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	4.08 (มาก)	4.06 (มาก)	4.20 (มาก)	4.24 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.22
8. พนักงานให้การบริการเอาใจใส่ท่านด้วยความเป็นกันเอง	4.42 (มาก)	4.28 (มาก)	4.32 (มาก)	4.43 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.44
9. บุคลิกภาพ / มารยาท	4.42 (มาก)	4.43 (มาก)	4.42 (มาก)	4.48 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.51
10. พนักงานแต่งกายสะอาด	4.47 (มาก)	4.32 (มาก)	4.39 (มาก)	4.40 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	4.47
11. พนักงานบริการด้วย	4.56	4.30	4.55	4.44	4.80	4.53

ตารางที่ 56 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจจำนวน 178 คนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปอายส์ ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกันตามรายได้ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับน้อยกว่า 5,000 บาท และ กลุ่มที่มีระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้าน พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ระดับ 5,000-10,000 บาท และ กลุ่มที่มีรายได้ระดับ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้าน บุคลิกภาพและมารยาทของพนักงาน พนักงานแต่งกายสะอาด พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว พนักงานให้การบริการเอาใจใส่ด้วยความเป็นกันเอง มีพนักงานให้บริการเพียงพอ มีการแจกคู่มือส่วนลด และการลงโฆษณาในสื่อต่างๆ ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับ มากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้าน พนักงานให้บริการด้วยเร็วไม่รอนาน พนักงานมีบุคลิกภาพและมารยาทดี พนักงานแต่งกายสะอาด พนักงานให้บริการเอาใจใส่ด้วยความเป็นกันเอง และ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ ในระดับมากที่สุด



### สรุปผลการวิจัยส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านรสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร และความสดของอาหาร

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาในด้าน ราคาอาหาร และเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน ความคุ้มค่ากับราคาของอาหาร และราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่แพง

**ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสถานที่ตั้งในด้านทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ และร้านอาหารที่สะอาด

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้านพนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน มีบุคลิกภาพและมารยาทดี พนักงานแต่งกายสะอาด

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ อาชีพ รายได้ กับปัจจัยด้านการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ ทุกกลุ่มอาชีพ และทุกระดับรายได้ แม้จะให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันในบางกลุ่ม แต่ส่วนใหญ่แล้วมีลักษณะไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ รสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร และความสดของอาหาร มากกว่าด้านอื่นๆ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ ทุกกลุ่มอาชีพ และทุกระดับรายได้ แม้จะให้ความสำคัญด้านราคาแตกต่างกันในบางกลุ่ม แต่ส่วนใหญ่แล้วพบว่า มีลักษณะไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน ความคุ้มค่ากับราคาของอาหาร มากกว่าด้านอื่นๆ

**ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ ทุกกลุ่มอาชีพ และทุกระดับรายได้ แม้จะให้ความสำคัญด้านสถานที่ตั้งแตกต่างกันในบางกลุ่ม แต่ส่วนใหญ่แล้วพบว่า มีลักษณะไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ ร้านอาหารและภาชนะสะอาด และมองเห็นได้ง่ายและชัดเจน มากกว่าด้านอื่นๆ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ ทุกกลุ่มอาชีพ และทุกระดับรายได้ แม้จะให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันในบางกลุ่ม แต่ส่วนใหญ่แล้วพบว่า มีลักษณะไปในทิศทางเดียวกันคือเน้น ทางด้านการส่งเสริมการขายโดยพนักงานในด้าน พนักงานให้บริการด้านความรวดเร็วไม่รอนาน พนักงานแต่งกายสะอาด และมีบุคลิกภาพ มารยาท ดีงาม มากกว่าด้านอื่นๆ