

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านบัคส์ ไอศกรีมสาขาเชียงใหม่ ในบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่อาชีพเป็นนักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 3,000 บาท

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการ

ตลาด

บริการร้านไอศกรีมบัคส์ สาขาเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานไอศกรีมรส รัมเรชั่น และส่วนใหญ่ชอบท็อปปิ้งแต่งหน้าไอศกรีมวิปป์ครีม ไอศกรีมชั้นเค้กที่ชอบ คือ ไอศกรีมเค้ก และชอบรับประทานไอศกรีมเค้ก คือ รสวานิลลาคุกกี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักจะซื้อไอศกรีมกลับบ้านประเภท ไอศกรีมเค้ก ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านบัคส์ ไอศกรีม น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง โดยชอบใช้บริการร้านบัคส์ไอศกรีม คือ นั่งทานในร้านบัคส์ไอศกรีม และระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการในร้านบ่อยที่สุด คือ 18.01-23.00 น. โดยส่วนใหญ่การมาใช้บริการที่ร้านบัคส์ ไอศกรีม คือ มากับเพื่อนที่รู้จักสนิท

##### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน

ประสมการตลาดบริการของร้านบัคส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่

จากการศึกษาโดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคลหรือ

พนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ รสชาติของไอศกรีม

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ซื้อมั 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์

**ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความน่าเชื่อถือของร้าน

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การคิดเงินมีความรวดเร็ว

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการใช้บริการร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยเรียงลำดับ คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคลหรือพนักงาน และด้านกระบวนการ

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ

**ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมาก คือ ที่จอดรถไม่สะดวก

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับน้อย คือ การโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ มีน้อย

**ปัญหาด้านบุคคลหรือพนักงาน** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด

**ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย

**ปัญหาด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ได้รับไอศกรีมช้า พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ เท่ากัน

**ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้**

**5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ**

จากการศึกษา พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยลำดับแรก คือ รสชาติของไอศกรีม

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยลำดับแรก คือ ช่วงเวลาเปิด-ปิด

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง

มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ ชื่อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์

**ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ ความน่าเชื่อถือของร้าน

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การคิดเงินมีความรวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง

## 5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสม

**การตลาดบริการของบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ จำแนกตาม อายุ**

จากการศึกษา พบว่า โดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ รสชาติของ ไอศกรีม

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี อายุ 16-20 ปี และ 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรก คือ ราคา ไอศกรีมมีให้เลือกหลายระดับ และมีป้ายบอกราคาชัดเจน

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี และ อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน ผู้ตอบแบบสอบถาม 16-20 ปี และอายุ 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ชื่อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์

**ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี มีความ

พึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 16 – 20 ปี และอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ ผู้ตอบแบบสอบถาม 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ บรรยากาศภายในร้าน และการออกแบบและตกแต่งภายในร้าน ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 16-20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ บรรยากาศภายในร้าน และเครื่องแบบพนักงานในร้าน ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี และ อายุ 31 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ ความน่าเชื่อถือของร้าน

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี และอายุ 16-20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การคิดเงินมีความถูกต้อง ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ การคิดเงินมีความรวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง

### 5.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบัตว์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษา พบว่า โดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท รายได้ 6,001-9,000 บาท และรายได้มากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านบุคคลหรือพนักงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 9,001-12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านบุคคลหรือพนักงาน และด้านกระบวนการ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด คือ ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 3,000-6,000 บาท 9,001-12,000 บาท และมากกว่า



12,000 บาทมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ รสชาติของไอศกรีมมากกว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-9,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีม และรสชาติของไอศกรีม

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท 6,001-9,000 บาท 9,001-12,000 บาท และ มากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-6,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาไอศกรีมมีให้เลือกหลายระดับ และมีป้ายบอกราคาชัดเจน

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ซั๊อ 2 แลม 1 ทุกวันจันทร์

**ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 3,000 และบาท 3,001-6,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001-9,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ และพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001 –12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และ พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท และ 9,001-12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ บรรยากาศภายในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-6,000 บาท และ มากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความน่าเชื่อถือของร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001-9,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของห้องน้ำ บรรยากาศภายในร้าน และความน่าเชื่อถือของร้าน

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 3,001-6,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 6,001-9,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง และการคิดเงินมีความถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 9,001-12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง การคิดเงินมีความรวดเร็ว และการคิดเงินมีความถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การคิดเงินมีความรวดเร็ว

**ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการใช้บริการร้านบัตส์ไอศกรีม จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

**6.1 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการใช้บริการร้านบัตส์ไอศกรีม จำแนกตามเพศ**

จากการศึกษา พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับน้อย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไอศกรีมมีรสให้เลี่ยนน้อย

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ

**ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ที่จอดรถไม่สะดวก

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย

**ปัญหาด้านบุคคลหรือพนักงาน** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ คือ พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด

**ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ คือ เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย

**ปัญหาด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ คือ พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ คือ ได้รับไอศกรีมช้า

**6.2 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการใช้บริการร้านบัตส์ไอศกรีม จำแนกตามอายุ**

จากการศึกษา พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 15 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 16-20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับน้อยคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 21-30 ปี และอายุ 30 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับน้อยคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 15 ปี และอายุ 21-30 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 16-20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ ไอศกรีมมีขนาดให้เล็กน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ ไอศกรีมมีขนาดให้เล็กน้อย และการแต่งหน้าไอศกรีมชั้นเดียวไม่สวยงาม

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 15 ปี และอายุ 21-30 ปี และอายุ 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 16-20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ ไอศกรีมมีราคาที่ไม่เหมาะสม



**ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 15 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ที่จอดรถไม่สะดวก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 16-20 ปี 21-30 ปี และอายุ 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากคือ ที่จอดรถไม่สะดวก

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงอายุพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย

**ปัญหาด้านบุคคลหรือพนักงาน** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปีพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่มีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายดีพอ และพนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด

ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกอายุ 16-20 ปี 21-30 ปี และ 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด มากกว่าด้าน

**ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปีพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย และร้านไม่มีความน่าเชื่อถือ

ผู้ตอบแบบสอบถาม 16-20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย และการออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่สวย

ผู้ตอบแบบสอบถาม 21-30 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย

ผู้ตอบแบบสอบถาม 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ การออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่สวย

**ปัญหาด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี และอายุ 16-20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ได้รับไอศกรีมช้า

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 21-30 ปี และ 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการ

**6.3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการใช้บริการร้านบัตส์ไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

จากการศึกษา พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ต่อเดือนทุกช่วง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท รายได้ 3,001-6,000 บาท และรายได้ 6,001-9,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 9,001-12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 9,001-12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ การแต่งหน้าไอศกรีมชั้นเดียวไม่สวยงาม

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไอศกรีมมีราคาที่ไม่เหมาะสม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ และไอศกรีมมีราคาที่ไม่เหมาะสม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-9,000 บาท 9,001-12,000 บาท และ มากกว่า 12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ

**ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ไม่เกิน 3,000 บาท รายได้ 6,001-9,000 บาท และรายได้ 9,001-12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ที่จอดรถไม่สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-6,000 บาท และรายได้ มากกว่า 12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ที่จอดรถไม่สะดวก

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย

**ปัญหาด้านบุคคลหรือพนักงาน** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท รายได้ 3,001-6,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001-9,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่มีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายดีพอ และพนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,000 บาทขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด และพนักงานบริการด้วยความล่าช้า

**ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท และรายได้ 3,001-6,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001-9,000 บาท และรายได้ มากกว่า 12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ บรรยากาศภายในร้านไม่ดีพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ การออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่สวย

**ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท และ 9,001-12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ได้รับไอศกรีมช้า

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-6,000 บาท และ 6,001-9,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ คัดเงินช้าและพนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ

### อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านบัตส์ ไอศกรีมสาขาเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (The Service Marketing Mix) ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้กล่าวถึง ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (Personnel) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ กระบวนการ (Process) ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องรสชาติของไอศกรีม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของยูวดี มหาวิโร(2547) ที่ได้ศึกษาถึง พฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคไอศกรีม ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อรสชาติอร่อย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เป็งโต (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของกาแฟ และ สอดคล้องกับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของพิริยะ วิจักขณาพันธ์ (2543) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง ของรสชาติกาแฟ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกในเรื่อง มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) แต่ผลการศึกษายังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของยูวดี มหาวิโร (2547) ที่ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคไอศกรีม ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสมเกียรติ เป็งโต (2547) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของยูวดี มหาวิโร (2547) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคไอศกรีมในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร และผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความสะอาดของร้าน แต่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เป็งโต (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ

ร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก ในเรื่อง ชื่อ 2 แถม 1 ทุกวันจันทร์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของยุวดี มหาวิโร (2547) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคไอศกรีมในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีคูโป่งส่วนลด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรก คือ ให้ส่วนลดให้แก่สมาชิก

ด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก ในเรื่อง พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย แต่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เป็งโต (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่อง มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานและการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำให้ความสำคัญต่อการบริการดี ความเป็นมิตรกับลูกค้ำ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรก ในเรื่อง ความน่าเชื่อถือของร้าน ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เป็งโต (2547) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่อง ความสะอาดของสถานประกอบการ การตกแต่งร้าน และผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ของผู้บริโภค ในเขต



กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องของการตกแต่งร้านที่ดูสุขุม คลาสสิกไม่พลุกพล่านมากพอๆ กับการที่ร้านจะดูเหมาะสมกับการที่ร้านดูทันสมัย เหมาะกับคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ในเรื่อง การคิดเงินมีความรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เป็งโต (2547) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่อง ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และผลการศึกษายังสอดคล้องกับการศึกษาของ พิริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้าให้ความสำคัญในระบบการให้บริการมีความรวดเร็ว แต่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรก คือ ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้า

#### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านบัตส์ไอศกรีมสาขาเชียงใหม่ ในครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มากที่สุด และเป็นโสดมากที่สุด รสไอศกรีมที่ชอบรับประทานน้อยกว่ารสอื่น ๆ คือ วอปเปิ้ล ครันช์ และท็อปปิ้งแต่งหน้าที่ชอบน้อยกว่าท็อปปิ้งอื่น ๆ คือ เรนโบว์ ไอศกรีมชั้นเค้กที่ชอบน้อยกว่าไอศกรีมชั้นเค้กอื่น ๆ คือ เซอร์เบท ฟริช ไอศกรีมเค้กที่ชอบน้อยกว่าไอศกรีมเค้กอื่น ๆ คือ เอสเพรสโซ่ คีอพี และ เซอร์เบตมะนาว และไอศกรีมที่นิยมซื้อกลับบ้านน้อยกว่าไอศกรีมอื่น ๆ คือ ไอศกรีมพาย ส่วนใหญ่ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการร้านบัตส์ไอศกรีมน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าจะมานั่งทานในร้านบัตส์ไอศกรีม โดยช่วงเวลาที่มาใช้บริการน้อยที่สุด คือ เวลา 10.00 – 14.00 น.

จากการศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านบัตส์ไอศกรีมสาขาเชียงใหม่ พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในทุกปัจจัยย่อย โดยมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยอันดับสุดท้าย คือ มีหลายขนาดให้เลือกซื้อ

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในทุกปัจจัยย่อย โดยมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยอันดับสุดท้าย คือ ไอศกรีมมีราคาที่เหมาะสม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ การสั่งซื้อทางโทรศัพท์ และสถานที่จอดรถ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ การโฆษณาทางสื่อวิทยุ การโฆษณาทางโปสเตอร์แผ่นพับ ใบปลิว

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยอันดับสุดท้าย คือ พนักงานแนะนำสินค้าโดยละเอียด

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในทุกปัจจัยย่อย โดยมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยอันดับสุดท้าย คือ ความสะอาดของห้องน้ำ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในทุกปัจจัยย่อย โดยมีความพึงพอใจปัจจัยย่อย อันดับสุดท้าย คือ มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ

ส่วนข้อค้นพบที่เกี่ยวกับปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านบัตส์ไอศกรีม สาขา เชียงใหม่ ที่พบมากที่สุดในแต่ละด้าน อันดับแรก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไอศกรีมมีรสให้เลือกน้อย ด้านราคา ได้แก่ ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ได้แก่ ที่จอดรถไม่สะดวก ด้านการ ส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย ด้านบุคคลหรือพนักงาน ได้แก่ พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ได้รับไอศกรีมช้า

และจากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอันดับแรก และปัญหาที่พบอันดับแรก จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีข้อค้นพบ ดังแสดงในตารางที่ 80-88

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดและค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำสุดของลูกค้า

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจสูงสุด		ระดับความพึงพอใจต่ำสุด	
	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์	รสชาติไอศกรีม	4.24	มีหลายขนาดให้เลือกซื้อ	2.92
ด้านราคา	มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.93	ไอศกรีมมีราคาที่เหมาะสม	3.61
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน	3.98	สถานที่จอดรถ	2.25
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์	4.26	การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	2.71
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	4.31	พนักงานแนะนำสินค้าโดยละเอียด	4.01
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความน่าเชื่อถือของร้าน	4.12	ความสะอาดของห้องน้ำ	3.89
ด้านกระบวนการ	การคิดเงินมีความรวดเร็ว	4.37	มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	4.09

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาสูงสุดและค่าเฉลี่ยระดับปัญหาต่ำสุดที่ลูกค้าพบ

ปัจจัย	ระดับปัญหาสูงสุด		ระดับปัญหาต่ำสุด	
	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์	ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย	2.26	รสชาติของไอศกรีมไม่อร่อย	2.01
ด้านราคา	ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ	2.24	ไม่มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	2.09
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	ที่จอดรถไม่สะดวก	3.58	ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้านไม่เหมาะสม	2.04
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย	3.00	โปรโมชั่นที่จัดไม่น่าสนใจ	2.54
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด	1.95	พนักงานไม่สุภาพ	1.74
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย	2.14	ร้านไม่มีความน่าเชื่อถือ	1.81
ด้านกระบวนการ	พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ และได้รับไอศกรีมช้า	1.83	คิดเงินผิด	1.74

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดแต่รายละรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศชาย	เพศหญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	รสชาติของไอศกรีม (4.26)	รสชาติของไอศกรีม (4.22)
ด้านราคา	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (3.95)	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (3.92)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน (3.86)	ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน (4.05)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ (4.31)	ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ (4.23)
ด้านบุคลากรหรือพนักงาน	พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (4.40)	พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ (4.25) พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (4.25)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความน่าเชื่อถือของร้าน (4.02)	ความน่าเชื่อถือของร้าน (4.18)
ด้านกระบวนการ	การคิดเงินมีความรวดเร็ว (4.68)	ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง (4.37)





ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดแต่ละรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	รสชาติของไอศกรีม (4.41)	รสชาติของไอศกรีม (4.37)	รสชาติของไอศกรีม (4.08)	รสชาติของไอศกรีม (4.26)
ด้านราคา	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (4.21)	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (3.98)	ราคาไอศกรีมมีให้เลือกหลายระดับ (3.76) มีป้ายบอกราคาชัดเจน (3.76)	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (4.03)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/ สถานที่	ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน (3.93)	ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (4.04)	ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน (4.02)	ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (4.06)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ (4.48)	ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ (4.42)	ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ (4.06)	ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ (4.32)
ด้านบุคลากรหรือพนักงาน	พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (4.52)	พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ (4.44)	พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ (4.20)	พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (4.26)
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	บรรยากาศในร้าน (4.41) การออกแบบและตกแต่งภายในร้าน (4.41)	บรรยากาศในร้าน (4.29)	ความน่าเชื่อถือของร้าน (3.99)	ความน่าเชื่อถือของร้าน (4.06)
ด้านกระบวนการ	การคิดเงินมีความถูกต้อง (4.59)	การคิดเงินมีความถูกต้อง (4.58)	การคิดเงินมีความรวดเร็ว (4.49)	การคิดเงินมีความรวดเร็ว (4.15)

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดแต่ละรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001-12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์	ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีม (4.37)	รสชาติของไอศกรีม (4.08)	ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีม (4.32) รสชาติของไอศกรีม (4.32)	รสชาติของไอศกรีม (4.04)	รสชาติของไอศกรีม (4.34)
ด้านราคา	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (4.00)	ราคาไอศกรีมมีให้เลือกหลายระดับ (3.78) มีป้ายบอกราคาชัดเจน (3.78)	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (4.09)	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (3.87)	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (3.96)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน (3.86)	ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน (4.06)	ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน (4.00)	ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน (3.96)	ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน (4.02)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ (4.29)	ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ (4.27)	ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ (4.32)	ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ (4.17)	ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ (4.23)
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (4.36)	พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (4.33)	พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ (4.41) พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (4.41)	พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ (3.96) พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (3.96) พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว (3.96)	พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ (4.43)

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดแต่ละรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัย	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001-12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	บรรยากาศในร้าน (4.20)	ความน่าเชื่อถือของร้าน (4.12)	ความสะอาดของห้องน้ำ (4.23) บรรยากาศในร้าน (4.23) ความน่าเชื่อถือของร้าน (4.23)	บรรยากาศในร้าน (4.00)	ความน่าเชื่อถือของร้าน (4.15)
ด้านกระบวนการ	ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง (4.53)	ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง (4.31)	ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง (4.32) การคิดเงินมีความถูกต้อง (4.32)	ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง (3.96) การคิดเงินมีความถูกต้อง (3.96) การคิดเงินรวดเร็ว (3.96)	การคิดเงินรวดเร็ว (5.00)



ในภาพรวมระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ และรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจไม่ต่างกัน

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาจากการใช้บริการของแต่ละรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศชาย	เพศหญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	ไอศกรีมมีให้เลือกน้อย (2.22)	ไอศกรีมมีให้เลือกน้อย (2.29)
ด้านราคา	ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ (2.12)	ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ (2.31)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	ที่จอดรถไม่สะดวก (3.60)	ที่จอดรถไม่สะดวก (3.56)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย (3.09)	การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย (2.93)
ด้านบุคลากรหรือพนักงาน	พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด (1.90)	พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด (1.97)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เก้าอี้ที่นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย (2.19)	เก้าอี้ที่นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย (2.10)
ด้านกระบวนการ	พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ (1.85)	ได้รับ ไอศกรีมช้า (1.85)



ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาจากการใช้บริการแต่ละรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย (2.31)	ไอศกรีมมีขนาดให้เล็กน้อย (2.29)	ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย (2.40)	ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย (1.85) การแต่งหน้าไอศกรีมชั้นแค่ไม่สวยงาม (1.85)
ด้านราคา	ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ (2.21)	ไอศกรีมมีราคาที่ไม่เหมาะสม (2.38)	ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ (2.25)	ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ (2.09)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	ที่จอดรถไม่สะดวก (2.76)	ที่จอดรถไม่สะดวก (3.52)	ที่จอดรถไม่สะดวก (3.92)	ที่จอดรถไม่สะดวก (3.53)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาทางสื่อต่างๆมีน้อย (2.76)	การโฆษณาทางสื่อต่างๆมีน้อย (2.75)	การโฆษณาทางสื่อต่างๆมีน้อย (3.34)	การโฆษณาทางสื่อต่างๆมีน้อย (2.71)
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	-พนักงานไม่มีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายดีพอ (1.93) -พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด (1.93)	พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด (2.04)	พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด (1.91)	พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด (1.91)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	-เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย -ร้านไม่มีความน่าเชื่อ (2.07)	-เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย -การออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่สวย (2.12)	เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย (2.27)	การออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่สวย (2.00)
ด้านกระบวนการ	ได้รับไอศกรีมช้า (1.90)	ได้รับไอศกรีมช้า (2.02)	พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ (1.78)	พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ (1.85)

ตารางที่ 87 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาจากการใช้บริการแต่ละรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001-12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์	ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย (2.46)	ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย (2.27)	ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย (2.09)	ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย (2.65)	การแต่งหน้าไอศกรีม ชั้นเดียวไม่สวยงาม (1.96)
ด้านราคา	ไอศกรีมมีราคาที่ไม่เหมาะสม (2.37)	-ไม่มีราคาไอศกรีมให้ เลือกหลายระดับราคา -ไอศกรีมมีราคาไม่เหมาะสม (2.33)	ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือก หลายระดับราคา (2.14)	ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือก หลายระดับราคา (2.39)	ไม่มีราคาไอศกรีมให้ เลือกหลายระดับราคา (2.04)
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย/สถานที่	ที่จอดรถไม่สะดวก (3.47)	ที่จอดรถไม่สะดวก (3.57)	ที่จอดรถไม่สะดวก (3.41)	ที่จอดรถไม่สะดวก (3.39)	ที่จอดรถไม่สะดวก (3.89)
ด้านการส่งเสริมการ ตลาด	การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มี น้อย (3.00)	การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย (3.22)	การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มี น้อย (2.59)	การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มี น้อย (3.35)	การโฆษณาทางสื่อ ต่างๆ มีน้อย (2.77)
ด้านบุคคลหรือ พนักงาน	พนักงานไม่ได้แนะนำ สินค้าโดยละเอียด (2.10)	พนักงานไม่ได้แนะนำ สินค้าโดยละเอียด (1.90)	-พนักงานไม่มีความรู้เรื่อง สินค้าที่ขายดีพอ -พนักงานไม่ได้แนะนำ สินค้าโดยละเอียด (1.68)	พนักงานไม่ได้แนะนำ สินค้าโดยละเอียด (2.39)	-พนักงานไม่ได้แนะนำ สินค้าโดยละเอียด -พนักงานบริการด้วยความ ล่าช้า (1.70)

ตารางที่ 87 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาจากการใช้บริการแต่ละรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัย	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001-12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย (2.32)	เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย (2.16)	บรรยากาศภายในร้านไม่ดีพอ (1.91)	การออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่สวย (2.30)	บรรยากาศภายในร้านไม่ดีพอ (2.02)
ด้านกระบวนการ	ได้รับไอศกรีมช้า (2.05)	พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ (1.71)	พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ (1.73)	ได้รับไอศกรีมช้า (2.09)	-คิดเงินช้า -พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ (1.70)

ในภาพรวมของปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านบัคส์ไอศกรีม เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ และรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาไม่ต่างกัน

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วน ประสมการตลาดแต่ละรายการเรียงลำดับสูงสุดถึงต่ำสุด

ความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมการ ตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย		ปัญหาที่พบ	ค่าเฉลี่ย	
ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง	4.36	มาก	ที่จอร์จไม่สะดวก	3.58	มาก
การคิดเงินมีความถูกต้อง	4.32	มาก	การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย	3.00	น้อย
พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	4.31	มาก	ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง	2.74	น้อย
พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อย พูดจาไพเราะ	4.29	มาก	การให้ส่วนลดต่างๆ น้อยเกินไป	2.57	น้อย
ซื้อ 2 แกม 1 ทุกวันจันทร์	4.26	มาก	โปรโมชั่นที่จัดไม่น่าสนใจ	2.54	น้อย
รสชาติของไอศกรีม	4.24	มาก	ไม่มีความสะดวกในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์	2.53	น้อย
พนักงานมีความรู้เรื่องสินค้าที่ขาย อย่างดี	4.23	มาก	ไอศกรีมมีรสให้เลือกน้อย	2.26	น้อยที่สุด
ความรวดเร็วในการได้รับไอศกรีม	4.18	มาก	ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ	2.24	น้อยที่สุด
ความหลากหลายของรสชาติ ไอศกรีม	4.17	มาก	ไอศกรีมมีราคาที่ไม่เหมาะสม	2.19	น้อยที่สุด
การคิดเงินมีความรวดเร็ว	4.17	มาก	ไอศกรีมมีขนาดให้เลือกน้อย	2.16	น้อยที่สุด
พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว	4.15	มาก	เก้าอี้ที่นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย	2.14	น้อยที่สุด
ความน่าเชื่อถือของร้าน	4.12	มาก	การแต่งหน้าไอศกรีมชั้นเดียวไม่สวยงาม	2.11	น้อยที่สุด
มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	4.09	มาก	คุณภาพของไอศกรีม (ละลายเร็ว เนื้อหยาบ)	2.09	น้อยที่สุด
บรรยากาศภายในร้าน	4.06	มาก	ไม่มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	2.09	น้อยที่สุด
คุณภาพของไอศกรีม (เช่น ไม่ละลาย เร็ว เนื้อไอศกรีมมีความละเอียด มีสี สรรน่ารับประทาน)	4.02	มาก	การออกแบบและตกแต่งภายในร้าน ไม่สวย	2.07	น้อยที่สุด
พนักงานมีความรู้เรื่องสินค้าโดย ละเอียด	4.01	มาก	ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้านไม่เหมาะสม	2.04	น้อยที่สุด
เครื่องแบบพนักงานในร้าน	3.99	มาก	บรรยากาศภายในร้านไม่ดีพอ	2.03	น้อยที่สุด
ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน	3.98	มาก	รสชาติของไอศกรีมไม่อร่อย	2.01	น้อยที่สุด
ความสบายของโต๊ะและเก้าอี้ที่นั่ง	3.97	มาก	ห้องน้ำไม่สะอาด	1.96	น้อยที่สุด

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วน  
 ประสมการตลาดแต่ละรายการเรียงลำดับสูงสุดถึงต่ำสุด

(ต่อ)

ความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมการ ตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย		ปัญหาที่พบ	ค่าเฉลี่ย	
การออกแบบและตกแต่งภายในร้าน	3.95	มาก	จำนวน โต๊ะและเก้าอี้มีไม่เพียงพอ	1.95	น้อยที่สุด
การแต่งหน้าไอศกรีมชั้นเคย์	3.94	มาก	พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด	1.95	น้อยที่สุด
มีจำนวน โต๊ะและเก้าอี้เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	3.93	มาก	เครื่องแบบพนักงานไม่สวยงาม	1.94	น้อยที่สุด
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.93	มาก	พนักงานบริการด้วยความล่าช้า	1.84	น้อยที่สุด
มีหลายขนาดให้เลือกซื้อ	3.92	มาก	พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ	1.83	น้อยที่สุด
ความสะอาดของห้องน้ำ	3.89	มาก	ได้รับไอศกรีมซ้ำ	1.83	น้อยที่สุด
ราคาไอศกรีมมีให้เลือกหลายระดับ	3.71	มาก	พนักงานไม่มีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายดีพอ	1.82	น้อยที่สุด
ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง	3.71	มาก	ร้านไม่มีความน่าเชื่อถือ	1.81	น้อยที่สุด
การให้ส่วนลด 10% สำหรับสมาชิก	3.66	มาก	คิดเงินซ้ำ	1.79	น้อยที่สุด
ไอศกรีมมีราคาที่เหมาะสม	3.61	มาก	ได้รับไอศกรีมไม่ถูกต้องตามที่สั่ง	1.78	น้อยที่สุด
แจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ	3.46	น้อย	พนักงานแต่งกายไม่เรียบร้อย	1.75	น้อยที่สุด
การสั่งซื้อทางโทรศัพท์	3.07	น้อย	คิดเงินผิด	1.74	น้อยที่สุด
การโฆษณาทางโปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว	2.86	น้อย	พนักงานไม่สุภาพ	1.74	น้อยที่สุด
การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	2.71	น้อย			
สถานที่จอดรถ	2.25	น้อยที่สุด			

จากตารางที่ 88 พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน  
 ประสมการตลาดบริการ ในระดับมากเกือบทุกปัจจัยย่อย ยกเว้นในเรื่อง แจกของที่ระลึกใน  
 โอกาสพิเศษต่างๆ การสั่งซื้อทางโทรศัพท์ การโฆษณาทางโปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว และการ  
 โฆษณาทางสื่อวิทยุ มีความพึงพอใจในระดับน้อย และด้านสถานที่จอดรถที่มีความพึงพอใจใน  
 ระดับน้อยที่สุด

สำหรับปัญหาในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการใน  
 ระดับน้อยที่สุด ยกเว้นในเรื่อง ที่จอดรถไม่สะดวก ที่พบปัญหาในระดับมาก และ การโฆษณา

ทางสื่อต่างๆ มีน้อย และทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง การให้ส่วนลดต่างๆ น้อยเกินไป โปรโมชันที่จัดไม่น่าสนใจ และไม่มีความสะดวกในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ที่พบปัญหาในระดับน้อย

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วนดังนี้คือ

1. ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขปรับปรุงเนื่องจากผลการศึกษาพบว่าเป็นปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุด และมีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุด

1.1 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย / สถานที่ คือ สถานที่จอดรถไม่สะดวก ในอนาคตหากทางร้านบดส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ ต้องการที่จะขยายสาขาหรือขยายกิจการ ควรให้ความสำคัญกับปัญหาในด้านสถานที่จอดรถของลูกค้ามาเป็นลำดับต้นๆ เพราะถือว่าเป็นสิ่งที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มาก สำหรับปัญหาของทางร้านในปัจจุบัน คือ ทางร้านไม่มีที่จอดรถให้ลูกค้านั้นอาจแก้ไขหรือเพิ่มการให้บริการในรูปแบบอื่นๆ เช่นการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ และบริการส่งไอศกรีมฟรีในระยะรัศมีไม่เกิน 3 กิโลเมตรเนื่องจากเป็นระยะทางที่ไม่มีค่าใช้จ่ายมากนักหรือ อาจเสริมการออกให้บริการนอกสถานที่ หรือ รับจัดงานเลี้ยงต่างๆ เช่น งานวันเกิด งานแต่งงาน ฯลฯ

1.2 ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย ทางร้านบดส์ไอศกรีมสาขาเชียงใหม่ ควรเพิ่มงบการโฆษณาทางสื่อต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของทางร้านให้ลูกค้าได้รับทราบโดยเน้นให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้า และให้เกิดประโยชน์กับเงินทุนที่ใช้ไปมากที่สุด เช่น กลุ่มลูกค้านักเรียนนักศึกษาอาจใช้การประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุและเลือกช่วงเวลา que เข้าถึงกลุ่มลูกค้านี้ให้ได้มากที่สุดคือช่วงระหว่างเวลา 16.00-19.00 น. เพราะช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่กำลังเดินทางจากโรงเรียนกลับบ้าน สื่อทางวิทยุจึงได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าดังกล่าวมากที่สุด และอาจใช้การเล่นเกมส์โดยการโทรศัพท์เข้ามาตอบปัญหาเพื่อรับคูปองรับประทานไอศกรีมฟรีจากทางร้านบดส์ ไอศกรีมสาขาเชียงใหม่ หากกลุ่มผู้ฟังหรือลูกค้าของทางร้าน โทรมาร่วมตอบปัญหาเกี่ยวกับทางรายการวิทยุที่ทางร้านลงสื่อโฆษณา



2. กรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมาก และพบว่าเป็นปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ซึ่งทางร้านควรรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่อยู่ในระดับมากนี้ไว้ให้ได้ และหากต้องการเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าให้อยู่ในระดับมากที่สุด ทางร้านควรให้ความสำคัญในด้านต่อไปนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รสชาติของไอศกรีม ควรรักษาคุณภาพและมาตรฐานให้มีความคงที่สม่ำเสมอ นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญในเรื่องของขนาดไอศกรีมที่จำหน่ายในร้านให้มีจำนวนและปริมาณขนาดต่างๆ ให้ลูกค้าได้เลือกมากกว่าเดิมที่มีอยู่ เช่น อาจเพิ่มจำนวนประเภทหรือขนาดภาชนะที่บรรจุไอศกรีมที่จะจำหน่ายให้มีความหลากหลายกว่าที่มีอยู่ เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกซื้อตามความต้องการ

2.2 ด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ซื้อ 2 แถม 1 ทุกวันจันทร์ ทางร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ ควรนำเสนอการส่งเสริมการตลาดในเรื่องนี้ต่อไป รวมทั้งการเพิ่มกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอื่นๆ โดยเน้นให้มีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการกระตุ้นความต้องการของลูกค้า และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าให้มีมากยิ่งขึ้น เช่นงานวันแม่ ลดราคาพิเศษ

2.3 ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ทางร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ ควรรักษามาตรฐานการแต่งกายของพนักงานในร้านให้แต่งกายสุภาพเรียบร้อยอยู่เสมอ ในขณะเดียวกันควรเพิ่มความสำคัญในเรื่องของการพัฒนามูลากร โดยเริ่มตั้งแต่การรับสมัคร การคัดเลือก การฝึกอบรมพนักงานก่อนเข้าทำงานและควรจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพื่อให้พนักงานมีความรู้ในเรื่องของสินค้าที่จำหน่าย จะได้สามารถอธิบายและตอบคำถามแก่ลูกค้าได้ชัดเจน รวมทั้งการปลูกฝังให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกิจการ และใส่ใจในการทำงาน อาจมีการตอบแทนด้วยของรางวัลเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจและมีกำลังใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น