

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหารหัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะในการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	237	59.25
หญิง	163	40.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 59.25 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 40.75

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	112	28.00
21 – 30 ปี	186	46.50
31 – 40 ปี	94	23.50
41 – 50 ปี	5	1.25
50 ปีขึ้นไป	3	0.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 46.50 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 21 ปี ร้อยละ 28.00 และ 31 – 40 ปี ร้อยละ 23.50

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	380	95.00
สมรส	15	3.75
อื่นๆ (หม้าย/หย่าร้าง)	5	1.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 95.00 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส ร้อยละ 3.75 และสถานภาพอื่นๆ (หม้าย/หย่าร้าง) ร้อยละ 1.25

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	15	3.75
ปวส.หรืออนุปริญญา	112	28.00
ปริญญาตรี	251	62.75
สูงกว่าปริญญาตรี	22	5.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 62.75 รองลงมาคือ ปวส.หรืออนุปริญญา ร้อยละ 28.00 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 5.50

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	107	26.75
ข้าราชการ	5	1.25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	3.75
พนักงานบริษัทเอกชน	154	38.50
ธุรกิจส่วนตัว	112	28.00
อื่นๆ	7	1.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 38.50 รองลงมาคือ ทำธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 28.00 และ เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 26.75

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	84	21.00
5,000 – 10,000 บาท	139	34.75
10,001 – 15,000 บาท	100	25.00
15,001 – 20,000 บาท	65	16.25
20,001 – 25,000 บาท	9	2.25
25,000 บาทขึ้นไป	3	0.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ร้อยละ 34.75 รองลงมาคือ 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 25.00 และ ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 21.00

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการมาใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชัน

การมาใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชัน	จำนวน	ร้อยละ
มาเป็นครั้งแรก	19	4.75
เดือนละครั้งหรือต่ำกว่า	21	5.25
สัปดาห์ละครั้ง	37	9.25
2 ครั้งต่อสัปดาห์	42	10.50
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	180	45.00
มากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์	101	25.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความถี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชัน คือ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 25.25 และ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 10.50

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มาใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชั่น

วันที่มาใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชั่น	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์-วันพฤหัสบดี	94	23.50
วันศุกร์	172	43.00
วันเสาร์	102	25.50
วันอาทิตย์	11	2.75
วันหยุดเทศกาล	21	5.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชั่น คือ วันศุกร์ ร้อยละ 43.00 รองลงมาคือ วันเสาร์ ร้อยละ 25.50 และ วันจันทร์-วันพฤหัสบดี ร้อยละ 23.50

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มาใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชั่นน้อยที่สุด

ช่วงเวลาที่มาใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชั่น น้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ก่อนเวลา 20.00 น.	19	4.75
ช่วงเวลา 20.00-22.00 น.	317	79.25
หลังเวลา 22.00 น.	64	16.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชั่นน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.00-22.00 น. ร้อยละ 79.25 รองลงมาคือ หลังเวลา 22.00 น. ร้อยละ 16.00 และ ก่อนเวลา 20.00 น. ร้อยละ 4.75

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชันในแต่ละครั้ง

ระยะเวลาใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชันในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าครึ่งละ 1 ชั่วโมง	5	1.25
ครึ่งละ 1-2 ชั่วโมง	12	3.00
ครึ่งละ 3-4 ชั่วโมง	95	23.75
ครึ่งละ มากกว่า 4 ชั่วโมง	288	72.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชันในแต่ละครั้ง คือ ครึ่งละ มากกว่า 4 ชั่วโมง ร้อยละ 72.00 รองลงมาคือ ครึ่งละ 3-4 ชั่วโมง ร้อยละ 23.75 และ ครึ่งละ 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 3.00

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชัน

บุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชัน	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	118	29.50
บุคคลในครอบครัว	10	2.50
แฟน	20	5.00
ตัวเอง	243	60.75
อื่นๆ	9	2.25
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ แฟนแฟน(4 ราย) เพื่อนบ้าน (3 ราย) และ หัวหน้างาน (2 ราย)

จากตารางที่ 4.11 พบว่า บุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชัน ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง ร้อยละ 60.75 รองลงมาคือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน ร้อยละ 29.50 และ แฟน ร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสแตชั่นในแต่ละครั้ง

จำนวนผู้ใช้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสแตชั่นในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
มาคนเดียว	10	2.50
2-3 คน	77	19.25
4-5 คน	231	57.75
มากกว่า 5 คนขึ้นไป	82	20.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่า จำนวนผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ ของร้านอาหาร หัวลำโพงสแตชั่นในแต่ละครั้ง คือ 4-5 คน ร้อยละ 57.75 รองลงมาคือ มากกว่า 5 คนขึ้นไป ร้อยละ 20.50 และ 2-3 คน ร้อยละ 19.25

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการสั่งอาหาร

วิธีการสั่งอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ดูตามเมนู/รายการอาหาร	259	64.75
สั่งตามเพื่อนแนะนำ/เพื่อนร่วมโต๊ะสั่งให้	167	41.75
สั่งตามพนักงานแนะนำ	61	15.25
ดูจากราคาอาหารที่ถูก	39	9.75
สั่งตามป้ายแนะนำอาหาร	42	10.50
อื่นๆ	4	1.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ สั่งเมนูประจำ (2 ราย) แฟนสั่งให้ (1 ราย) และ ยังไม่เคยสั่ง (1 ราย)

จากตารางที่ 4.13 พบว่า วิธีการสั่งอาหารของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ดูตามเมนู/รายการอาหาร ร้อยละ 64.75 รองลงมาคือ สั่งตามเพื่อนแนะนำ/เพื่อนร่วมโต๊ะสั่งให้ ร้อยละ 41.75 และ สั่งตามพนักงานแนะนำ ร้อยละ 15.25

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาหารที่นิยมสั่งมารับประทาน

อาหารที่นิยมสั่งมารับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
อาหารประเภทยำ	292	73.00
อาหารประเภททอด	164	41.00
อาหารประเภทกับแกลั้ม	229	57.25
อาหารประเภทต้ม / แกง	87	21.75
อาหารประเภทผัด	43	10.75
อาหารจานเดียว	57	14.25
อาหารประเภทหนึ่ง-อย่าง	52	13.00
อื่นๆ	11	2.75

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ผลไม้ (4 ราย) ของหวาน (3 ราย) และ ไม้ระบูน (5 ราย)

จากตารางที่ 4.14 พบว่า อาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมสั่งมารับประทาน คือ อาหารประเภทยำ ร้อยละ 73.00 รองลงมาคือ อาหารประเภทกับแกลั้ม ร้อยละ 57.25 และ อาหารประเภททอด ร้อยละ 41.00



ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเครื่องคัมนิยมนั่ง

เครื่องคัมนิยมนั่ง	จำนวน	ร้อยละ
เหล้า/วิสกี้	277	69.25
เบียร์ต่างๆ	246	61.50
คอกเทล	196	49.00
น้ำอัดลม/น้ำเปล่า	197	49.25
น้ำผลไม้	0	0.00
ชา หรือกาแฟ	0	0.00
เครื่องคัมนผสมแอลกอฮอล์พร้อมคัมน เช่น สพาย ไวน์ คูลเลอร์ บาคาคี	162	40.50
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 4.15 พบว่า เครื่องคัมนที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมนั่ง คือ เหล้า/วิสกี้ ร้อยละ 69.25 รองลงมาคือ เบียร์ต่างๆ ร้อยละ 61.50 และ น้ำอัดลม/น้ำเปล่า ร้อยละ 49.25

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทดนตรีที่ชอบ

ประเภทดนตรีที่ชอบ	จำนวน	ร้อยละ
เพลงเร็กเก้/สกา	198	49.50
เพลงอินดี้	299	74.75
เพลงป๊อปแดนซ์	156	39.00
เพลงร็อก	236	59.00
เพลงอิเล็กทรอนิกส์	39	9.75
อื่นๆ	11	2.75

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ อาร์ แอนด์ บี (3 ราย) ฮิป ฮอป (2 ราย) เฮาส์มิวสิค (2 ราย) เอซิด แจ๊ส (1 ราย) อีโม (1 ราย) บริท ป๊อป (1 ราย) และ ป๊อป (1 ราย)

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ประเภทดนตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบ คือ เพลงอินดี้ ร้อยละ 74.75 รองลงมาคือ เพลงร็อก ร้อยละ 59.00 และ เพลงเร็กเก้/สกา ร้อยละ 49.50

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการร้านอาหาร หัวลำโพงสแตชั่น (ที่หารกันแล้วต่อคน)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการร้านอาหาร หัวลำโพงสแตชั่น (ที่หารกันแล้วต่อคน)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200 บาท	79	19.75
200-400 บาท	269	67.25
401-600 บาท	29	7.25
601-800 บาท	23	5.75
มากกว่า 800 บาทขึ้นไป	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการร้านอาหาร หัวลำโพงสแตชั่น (ที่หารกันแล้วต่อคน) ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 200-400 บาท ร้อยละ 67.25 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 200 บาท ร้อยละ 19.75 และ 401-600 บาท ร้อยละ 7.25

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของที่ร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชัน

พฤติกรรมการใช้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของที่ ร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชัน	จำนวน	ร้อยละ
เอาไปเอง	91	22.75
ใช้บริการของทางร้าน	263	65.75
ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	46	11.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.18 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชัน ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ใช้บริการของทางร้าน ร้อยละ 65.75 รองลงมาคือ เอาไปเอง ร้อยละ 22.75 และ ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 11.50

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสการใช้บริการ ร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชัน

โอกาสการใช้บริการร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชัน	จำนวน	ร้อยละ
งานเลี้ยงฉลองในโอกาสสำคัญๆ	213	53.25
พักผ่อนหย่อนใจ	280	70.00
เลี้ยงรับรองแขก/ลูกค้า/เพื่อน	163	40.75
พบปะสังสรรค์	252	63.00
อื่นๆ	13	3.25

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ดูบอล (3 ราย) ฟังเพลง (2 ราย) ร้านอาหารเต็ม (2 ราย) ขับผ่าน (1 ราย) แฟนชวน (1 ราย) และ ไม่ระบุ (2 ราย)

จากตารางที่ 4.19 พบว่า โอกาสที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชัน คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ เพื่อพบปะสังสรรค์ ร้อยละ 63.00 และ เพื่อเลี้ยงฉลองในโอกาสสำคัญๆ ร้อยละ 53.25

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชั่น

เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชั่น	จำนวน	ร้อยละ
อาหารอร่อย	137	34.25
เพลงไพเราะ	263	65.75
ชอบกลุ่มคนที่มาเที่ยวที่ร้าน	61	15.25
พนักงานบริการดี	252	63.00
ราคาอาหาร/เครื่องดื่มถูก	40	10.00
บรรยากาศดี	206	51.50
มีโปร โมชั่นพิเศษ	105	26.25
รู้จักเจ้าของร้าน/พนักงาน	272	68.00
อื่นๆ	18	4.50

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ มิกเซอร์ไม่แพง (4 ราย) เอาเหล้ามาเองได้ (3 ราย) จอดรถง่าย (3 ราย) อยู่ทางผ่านกลับบ้านจากที่ทำงาน (2 ราย) ความรู้สึกเป็นกันเอง (1 ราย) มีเพื่อนเยอะ (1 ราย) เบื่อที่เที่ยวย่านนิมมาน (1 ราย) และ ไม่ระบุเหตุผล (3 ราย)

จากตารางที่ 4.20 พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชั่น คือ รู้จักเจ้าของร้าน/พนักงาน ร้อยละ 68.00 รองลงมาคือ เพลงไพเราะ ร้อยละ 65.75 และ พนักงานบริการดี ร้อยละ 63.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหารหัวตำโพง สเตชัน จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.1 รสชาติของอาหาร	91 (22.75)	220 (55.00)	61 (15.25)	28 (7.00)	0 (0.00)	3.94 (มาก)	2
1.2 ความสดของอาหาร	66 (16.50)	190 (47.50)	62 (15.50)	39 (9.75)	43 (10.75)	3.49 (ปานกลาง)	5
1.3 ความสะอาดของอาหาร	66 (16.50)	183 (45.75)	61 (15.25)	49 (12.25)	41 (10.25)	3.46 (ปานกลาง)	6
1.4 ความหลากหลายของอาหาร	73 (18.25)	198 (49.50)	66 (16.50)	33 (8.25)	30 (7.50)	3.63 (มาก)	3
1.5 รสชาติของเครื่องดื่ม (ค็อกเทล น้ำส้มคั้น กาแฟ)	29 (7.25)	55 (13.75)	239 (59.75)	50 (12.50)	27 (6.75)	3.02 (ปานกลาง)	9
1.6 ความหลากหลาย ของเครื่องดื่ม	74 (18.50)	179 (44.75)	48 (12.00)	52 (13.00)	47 (11.75)	3.45 (ปานกลาง)	7
1.7 แนวเพลง/ดนตรีที่ เปิดในร้าน	294 (73.50)	58 (14.50)	32 (8.00)	6 (1.50)	10 (2.50)	4.55 (มากที่สุด)	1
1.8 ความไพเราะ/ สนุกสนานของเพลง/ ดนตรี	73 (18.25)	162 (40.50)	65 (16.25)	61 (15.25)	39 (9.75)	3.42 (ปานกลาง)	8
1.9 ความมีชื่อเสียงของ วงดนตรี	83 (20.75)	181 (45.25)	61 (15.25)	31 (7.75)	44 (11.00)	3.57 (มาก)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.61</b> (มาก)	

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61)

โดยความพึงพอใจต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.55)

ความพึงพอใจต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.63) และ ความมีชื่อเสียงของวงดนตรี (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ ความสดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.49) ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.46) ความหลากหลายของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.45) ความไพเราะ/สนุกสนานของเพลง/ดนตรี (ค่าเฉลี่ย 3.42) และ รสชาติของเครื่องดื่ม คืออกเทล น้ำส้มคั้น กาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.02) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
2.1 ราคาอาหารถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	15 (3.75)	24 (6.00)	120 (30.00)	154 (38.50)	87 (21.75)	2.32 (น้อย)	5
2.2 ราคาเครื่องดื่มถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	14 (3.50)	27 (6.75)	109 (27.25)	165 (41.25)	85 (21.25)	2.30 (น้อย)	6
2.3 ราคา mìgเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) ถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	28 (7.00)	39 (9.75)	211 (52.75)	80 (20.00)	42 (10.50)	2.83 (ปานกลาง)	4
2.4 การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน	68 (17.00)	151 (37.75)	113 (28.25)	37 (9.25)	31 (7.75)	3.47 (ปานกลาง)	1
2.5 การมีหลายระดับราคาให้เลือก	49 (12.25)	121 (30.25)	160 (40.00)	38 (9.50)	32 (8.00)	3.29 (ปานกลาง)	3
2.6 ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ	55 (13.75)	122 (30.50)	160 (40.00)	34 (8.50)	29 (7.25)	3.35 (ปานกลาง)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						2.93 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.47) ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.35) การมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.29) และ ราคา mìgเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) ถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 2.83) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ ราคาอาหารถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 2.32) และ ราคาเครื่องดื่มถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 2.30) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.1 ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา	139 (34.75)	227 (56.75)	34 (8.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.26 (มาก)	1
3.2 ความใกล้ชิดแหล่งชุมชน	83 (20.75)	189 (47.25)	54 (13.50)	39 (9.75)	35 (8.75)	3.62 (มาก)	5
3.3 ความใกล้ชิดแหล่งท่องเที่ยว/แหล่งบันเทิงอื่นๆ	62 (15.50)	219 (54.75)	52 (13.00)	45 (11.25)	22 (5.50)	3.64 (มาก)	4
3.4 ความใกล้ชิดจุดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม	105 (26.25)	210 (52.50)	52 (13.00)	33 (8.25)	0 (0.00)	3.97 (มาก)	2
3.5 การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ	43 (10.75)	59 (14.75)	243 (60.75)	40 (10.00)	15 (3.75)	3.19 (ปานกลาง)	8
3.6 เวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม	52 (13.00)	60 (15.00)	235 (58.75)	35 (8.75)	18 (4.50)	3.23 (ปานกลาง)	7
3.7 สถานที่ที่มีความปลอดภัย	76 (19.00)	228 (57.00)	59 (14.75)	37 (9.25)	0 (0.00)	3.86 (มาก)	3
3.8 ความเพียงพอของโต๊ะของทางร้าน	72 (18.00)	184 (46.00)	57 (14.25)	43 (10.75)	44 (11.00)	3.49 (ปานกลาง)	6
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.66</b> (มาก)	



จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริษัทด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66)

โดยความพึงพอใจต่อบริษัทด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานที่ที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความใกล้แหล่งท่องเที่ยว/แหล่งบันเทิงอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ ความใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริษัทด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ ความเพียงพอของโต๊ะของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.49) เวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.23) และ การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.19) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.1 การโฆษณาทางแผ่น พับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ	36 (9.00)	45 (11.25)	205 (51.25)	92 (23.00)	22 (5.50)	2.95 (ปานกลาง)	5
4.2 การโฆษณาใน หนังสือพิมพ์	3 (0.75)	12 (3.00)	87 (21.75)	258 (64.50)	40 (10.00)	2.20 (น้อย)	7
4.3 การโฆษณาทาง เว็บไซต์	0 (0.00)	23 (5.75)	40 (10.00)	279 (69.75)	58 (14.50)	2.07 (น้อย)	8
4.4 การลดราคามิกเซอร์ (น้ำ โซดา น้ำแข็ง น้ำอัดลม)	0 (0.00)	0 (0.00)	29 (7.25)	230 (57.50)	141 (35.25)	1.72 (น้อย)	9
4.5 การลดราคาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ต่อขวด	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	236 (59.00)	145 (36.25)	1.69 (น้อย)	10
4.6 การลดราคาอาหาร	19 (4.75)	32 (8.00)	201 (50.25)	100 (25.00)	48 (12.00)	2.69 (ปานกลาง)	6
4.7 การทำบัตรลดแจก ให้กับลูกค้าประจำ โดยเฉพาะ	104 (26.00)	169 (42.25)	53 (13.25)	45 (11.25)	29 (7.25)	3.69 (มาก)	2
4.8 การรับสมัครสมาชิก เพื่อให้สิทธิพิเศษต่างๆ	33 (8.25)	63 (15.75)	236 (59.00)	47 (11.75)	21 (5.25)	3.10 (ปานกลาง)	4
4.9 การจัดคอนเสิร์ต	89 (22.25)	183 (45.75)	58 (14.50)	30 (7.50)	40 (10.00)	3.63 (มาก)	3
4.10 การมีพนักงาน แนะนำอาหารและ เครื่องดื่ม (P.G.)	87 (21.75)	208 (52.00)	72 (18.00)	33 (8.25)	0 (0.00)	3.87 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>2.76</b> (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76)

โดยความพึงพอใจต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.87) การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ โดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และ การจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ การรับสมัครสมาชิกเพื่อให้สิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.10) การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.95) และ การลดราคาอาหาร (ค่าเฉลี่ย 2.69) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 2.20) การโฆษณาทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 2.07) การลดราคามิกเซอร์ น้ำ โซดา น้ำแข็ง น้ำอัดลม (ค่าเฉลี่ย 1.72) และ การลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อขวด (ค่าเฉลี่ย 1.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
5.1 พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	70 (17.50)	185 (46.25)	57 (14.25)	42 (10.50)	46 (11.50)	3.48 (ปานกลาง)	9
5.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	129 (32.25)	237 (59.25)	34 (8.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.24 (มาก)	1
5.3 พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม	88 (22.00)	206 (51.50)	61 (15.25)	45 (11.25)	0 (0.00)	3.84 (มาก)	2
5.4 พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	0 (0.00)	13 (3.25)	46 (11.50)	186 (46.50)	155 (38.75)	1.79 (น้อย)	10
5.5 พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี	82 (20.50)	197 (49.25)	61 (15.25)	45 (11.25)	15 (3.75)	3.72 (มาก)	3
5.6 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี	74 (18.50)	185 (46.25)	68 (17.00)	43 (10.75)	30 (7.50)	3.58 (มาก)	5
5.7 พนักงานแต่งกายอย่างเหมาะสม ดูดี	94 (23.50)	180 (45.00)	63 (15.75)	28 (7.00)	35 (8.75)	3.68 (มาก)	4
5.8 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	76 (19.00)	186 (46.50)	56 (14.00)	37 (9.25)	45 (11.25)	3.53 (มาก)	8
5.9 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ้างลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น	77 (19.25)	190 (47.50)	61 (15.25)	30 (7.50)	42 (10.50)	3.58 (มาก)	5

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
5.10 พนักงานมี บุคลิกภาพที่ดี	81 (20.25)	184 (46.00)	56 (14.00)	40 (10.00)	39 (9.75)	3.57 (มาก)	7
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.50</b> (มาก)	

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.84) พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.72) พนักงานแต่งกายอย่างเหมาะสม ดูดี (ค่าเฉลี่ย 3.68) พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ็งลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.58) พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.58) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.57) และ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 1.79)

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
6.1 การทักทายและ ต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้า มาในร้าน	81 (20.25)	190 (47.50)	64 (16.00)	30 (7.50)	35 (8.75)	3.63 (มาก)	3
6.2 การเสิร์ฟเครื่องดื่ม ได้อย่างรวดเร็วและ ถูกต้อง	43 (10.75)	58 (14.50)	209 (52.25)	51 (12.75)	39 (9.75)	3.04 (ปานกลาง)	5
6.3 การเสิร์ฟอาหารได้ อย่างอย่างรวดเร็วและ ถูกต้อง	31 (7.75)	67 (16.75)	251 (62.75)	35 (8.75)	16 (4.00)	3.16 (ปานกลาง)	4
6.4 การจองโต๊ะล่วงหน้า ทำให้สะดวก ได้โต๊ะจริง	292 (73.00)	53 (13.25)	32 (8.00)	9 (2.25)	14 (3.50)	4.50 (มากที่สุด)	1
6.5 การจัดโต๊ะให้ลูกค้า นั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่ เบียดกันอึดอัด	145 (36.25)	214 (53.50)	41 (10.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.26 (มาก)	2
6.6 แคนเซอร์คิดเงินได้ อย่างถูกต้อง รวดเร็ว	10 (2.50)	10 (2.50)	82 (20.50)	259 (64.75)	39 (9.75)	2.23 (น้อย)	6
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.47</b> (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำให้สะดวก ได้โต๊ะจริง (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ความพึงพอใจต่อบริจายย่อยด้านกระบวนการ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริจายย่อยด้านกระบวนการ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ การเสิร์ฟอาหารได้อย่างอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.16) และ การเสิร์ฟเครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.04) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริจายย่อยด้านกระบวนการ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ แคมเซียร์คิดเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.26)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
7.1 ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน	84 (21.00)	172 (43.00)	56 (14.00)	42 (10.50)	46 (11.50)	3.52 (มาก)	7
7.2 ความสะอาดของร้าน	43 (10.75)	63 (15.75)	216 (54.00)	55 (13.75)	23 (5.75)	3.12 (ปานกลาง)	8
7.3 ความสวยงามของบริเวณสถานที่โดยรวม	90 (22.50)	177 (44.25)	47 (11.75)	35 (8.75)	51 (12.75)	3.55 (มาก)	5
7.4 การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน	144 (36.00)	214 (53.50)	42 (10.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.26 (มาก)	1
7.5 อุปกรณ์เครื่องมือที่มีความทันสมัย เช่น เครื่องเสียง จอ LCD	80 (20.00)	177 (44.25)	59 (14.75)	46 (11.50)	38 (9.50)	3.54 (มาก)	6
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	10 (2.50)	11 (2.75)	20 (5.00)	36 (9.00)	323 (80.75)	1.37 (น้อยที่สุด)	9
7.7 บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น	94 (23.50)	200 (50.00)	61 (15.25)	45 (11.25)	0 (0.00)	3.86 (มาก)	2
7.8 บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย	76 (19.00)	199 (49.75)	63 (15.75)	41 (10.25)	21 (5.25)	3.67 (มาก)	3
7.9 การตกแต่งอาหารที่สวยงามน่ารับประทาน	80 (20.00)	187 (46.75)	57 (14.25)	38 (9.50)	38 (9.50)	3.58 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.38 (ปานกลาง)	



จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38)

โดยความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.26) บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.86) บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.67) การตกแต่งอาหารที่สวยงามน่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.58) ความสวยงามของบริเวณสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.55) อุปกรณ์เครื่องมือ ที่มีความทันสมัย เช่น เครื่องเสียง จอ LCD (ค่าเฉลี่ย 3.54) และป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ ความสะอาดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.12)

สำหรับความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด คือ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 1.37)

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านสถานที่	3.66	มาก	1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.61	มาก	2
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.50	มาก	3
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.47	ปานกลาง	4
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.38	ปานกลาง	5
ปัจจัยด้านราคา	2.93	ปานกลาง	6
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.76	ปานกลาง	7

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะในการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาการให้บริการของร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชัน จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
อาหารไม่ได้คุณภาพ เช่น ไม่สด ไม่สะอาด ไม่อร่อย เป็นต้น	31	7.8
เครื่องดื่มน้ำไม่ได้คุณภาพ เช่น ไม่ถูกปาก ไม่มีความหลากหลาย เป็นต้น	35	8.8
เพลง หรือ ดนตรี ไม่ไพเราะ เช่น เล่นเพลงไม่สนุก วงดนตรีไม่เป็นที่รู้จัก เป็นต้น	11	2.8
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ เช่น ราคาหมักเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) อาหาร หรือ เครื่องดื่ม แพงกว่าร้านประเภทเดียวกัน เป็นต้น	79	19.8
ค่าเปิดขวดแพงกว่าร้านประเภทเดียวกัน หรือ ไม่ควรเก็บค่าเปิดขวด	51	12.8
ไม่มีที่จอดรถให้ลูกค้าอย่างเพียงพอ ไม่สะดวก เช่น ที่จอดอยู่ห่างจากร้าน บางครั้งต้องจอดซ้อนคัน เป็นต้น	18	4.5
สถานที่ไม่มีความปลอดภัย เช่น โต๊ะอยู่ติดกันมากเกินไปอาจจะมีการลักขโมยของได้ง่าย เป็นต้น	7	1.8
โต๊ะของทางร้านไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	28	7.0
การโฆษณาของทางร้านมีน้อยเกินไป หรือ ไม่น่าสนใจพอ เช่น การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ หรือ ทางเว็บไซต์ เป็นต้น	108	27.0
การลด/แลก/แจก/แถม ของทางร้านมีน้อยเกินไป หรือ ไม่น่าสนใจพอ เช่น ราคาหมักเซอร์ (น้ำ โซดา น้ำแข็ง น้ำอัดลม) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อขวด ราคาอาหาร หรือ ไม่มีการแจกบัตรลดให้กับลูกค้าประจำ เป็นต้น	79	19.8
พนักงานของทางร้านมีน้อยเกินไป หรือ ไม่มีใจบริการ (Service Mind) เช่น ไม่ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า พูดยาไม่สุภาพ ให้บริการอย่างล่าช้า ไม่สามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้ บุคลิกภาพภายนอกไม่ดี เป็นต้น	30	7.5
การเสิร์ฟเครื่องดื่มล่าช้าหรือมีความผิดพลาด	18	4.5
การเสิร์ฟอาหารล่าช้าหรือมีความผิดพลาด	84	21.0
การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้ไม่สะดวก จองแต่ไม่ได้โต๊ะจริง	5	1.3

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ปัญหาด้านการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างไม่เพียงพอ ทำให้ต้องนั่งกันเบียด อึดอัด	18	4.5
บริเวณสถานที่โดยรวมขาดความสวยงาม ไม่มีรสนิยม	9	2.3
ห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการไม่สะอาด หรือไม่เพียงพอ	137	34.3
บรรยากาศของร้านขาดความรู้สึกที่ปลอดภัย	24	6.0
อื่นๆ	7	1.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ จอทีวีดูบอลเล็กไป (2 ราย) กับแก้มมีไม่หลากหลาย (1 ราย) โต๊ะเล็กไป (1 ราย) เล่นแต่เพลงซ้ำๆ (1 ราย) และไม่ระบุเหตุผล (2 ราย)

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด คือ ห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการไม่สะอาด หรือไม่เพียงพอ (ร้อยละ 34.3) รองลงมาคือ การโฆษณาของทางร้านมีน้อยเกินไป หรือไม่น่าสนใจพอ เช่น การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ หรือ ทางเว็บไซต์ เป็นต้น (ร้อยละ 27.0) และ การเสิร์ฟอาหารล่าช้าหรือมีความผิดพลาด (ร้อยละ 21.0)

### ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- วันศุกร์ และหน้าเทศกาลต่างๆ ควรเพิ่มจำนวนโต๊ะ และจัดเด็กเสิร์ฟเพิ่ม เพราะแขกเยอะมาก (2 ราย)
- ควรจัดให้มีโปรโมชันเหล่า-มิกเซอร์ สำหรับวันเกิด (1 ราย)
- น่าจะเปิดสาขาเพิ่มแถวนิมมาน หรือหลังพายัพ เพราะลูกค้านักศึกษาเยอะมาก (1 ราย)
- ควรมีการทำบัตรสะสมแต้มในการมาใช้บริการทางร้าน เช่น ใช้บริการครบ 500 บาท สะสมแต้มครบ 5 ครั้ง ใช้ส่วนลดได้ 300 บาท หรือได้วิสกี้ทางร้าน 1 ขวด (1 ราย)
- ควรเพิ่มจำนวนห้องน้ำโดยเฉพาะอย่างยิ่งห้องน้ำหญิง (1 ราย)
- ควรใช้น้ำยาปรับกลิ่นในห้องน้ำ เพราะช่วงคนเยอะ กลิ่นไม่สะอาดมาก (1 ราย)
- ควรจัดหมูนเวียนดีเจ แนวเพลงจะได้หลากหลายขึ้น (1 ราย)
- ปรับเปลี่ยนรสนิยมการตกแต่งร้านบ้าง เพราะขาดเอกลักษณ์ (1 ราย)
- ทางร้านไม่ค่อยโฆษณาผ่านเว็บไซต์ น่าจะลองทำ Facebook ของร้านดูจะช่วยให้มาก (1 ราย)
- ค้นหาชื่อร้านบนเว็บไซต์ไม่เจอ เพราะชื่อซ้ำกับที่อื่น ควรจด Domain Name หรือทำ Search Engine Optimization ช่วย (1 ราย)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย n = 237	หญิง n = 163
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 รสชาติของอาหาร	3.89 (มาก)	4.01 (มาก)
1.2 ความสดของอาหาร	3.49 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
1.3 ความสะอาดของอาหาร	3.49 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
1.4 ความหลากหลายของอาหาร	3.58 (มาก)	3.70 (มาก)
1.5 รสชาติของเครื่องดื่ม (ค็อกเทล น้ำส้มคั้น กาแฟ)	2.95 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
1.6 ความหลากหลายของเครื่องดื่ม	3.38 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย n = 237	หญิง n = 163
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.7 แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน	4.53 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
1.8 ความไพเราะ/สนุกสนานของเพลง/ดนตรี	3.35 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
1.9 ความมีชื่อเสียงของวงดนตรี	3.51 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58 (มาก)	3.67 (มาก)

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อบริการปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบริการปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.58) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.01) และ ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	ชาย n = 237	หญิง n = 163
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาอาหารถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	2.35 (น้อย)	2.26 (น้อย)
2.2 ราคาเครื่องดื่มนอกจากร้านประเภทเดียวกัน	2.36 (น้อย)	2.21 (น้อย)
2.3 ราคา mìkเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) ถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	2.92 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
2.4 การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน	3.51 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
2.5 การมีหลายระดับราคาให้เลือก	3.22 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
2.6 ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ	3.44 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.97</b> (ปานกลาง)	<b>2.87</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.51) ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.44) และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.22) ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.87) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.42) การมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.39) และ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.22) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ	
	ชาย n = 237	หญิง n = 163
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
3.1 ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา	4.30 (มาก)	4.21 (มาก)
3.2 ความใกล้แหล่งชุมชน	3.54 (มาก)	3.73 (มาก)
3.3 ความใกล้แหล่งท่องเที่ยว/แหล่งบันเทิงอื่นๆ	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)
3.4 ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม	3.89 (มาก)	4.08 (มาก)
3.5 การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ	3.22 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
3.6 เวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม	3.24 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
3.7 สถานที่ที่มีความปลอดภัย	3.78 (มาก)	3.96 (มาก)
3.8 ความเพียงพอของโต๊ะของทางร้าน	3.45 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.63</b> (มาก)	<b>3.70</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3

ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบริการด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย n = 237	หญิง n = 163
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ	2.98 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
4.2 การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว	2.18 (น้อย)	2.23 (น้อย)
4.3 การโฆษณาทางเว็บไซต์	2.03 (น้อย)	2.13 (น้อย)
4.4 การลดราคามิกเซอร์ (น้ำ โซดา น้ำแข็ง น้ำอัดลม)	1.68 (น้อย)	1.78 (น้อย)
4.5 การลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อขวด	1.70 (น้อย)	1.66 (น้อย)
4.6 การลดราคาอาหาร	2.68 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
4.7 การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ	3.76 (มาก)	3.58 (มาก)
4.8 การรับสมัครสมาชิกเพื่อให้สิทธิพิเศษต่างๆ	3.12 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
4.9 การจัดคอนเสิร์ต	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)
4.10 การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.)	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.76 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.89) การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และ การจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.84) การจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.63) และ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ	
	ชาย n = 237	หญิง n = 163
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.51 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.22 (มาก)	4.27 (มาก)
5.3 พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.86 (มาก)	3.81 (มาก)
5.4 พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	1.78 (น้อย)	1.80 (น้อย)
5.5 พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม ได้เป็นอย่างดี	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)
5.6 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)
5.7 พนักงานแต่งกายอย่างเหมาะสม ดูดี	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)
5.8 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	3.53 (มาก)	3.52 (มาก)
5.9 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ็งลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)
5.10 พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	3.58 (มาก)	3.55 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.49</b> (ปานกลาง)	<b>3.51</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.81) และ พนักงานแต่งกายอย่างเหมาะสม ดูดี (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

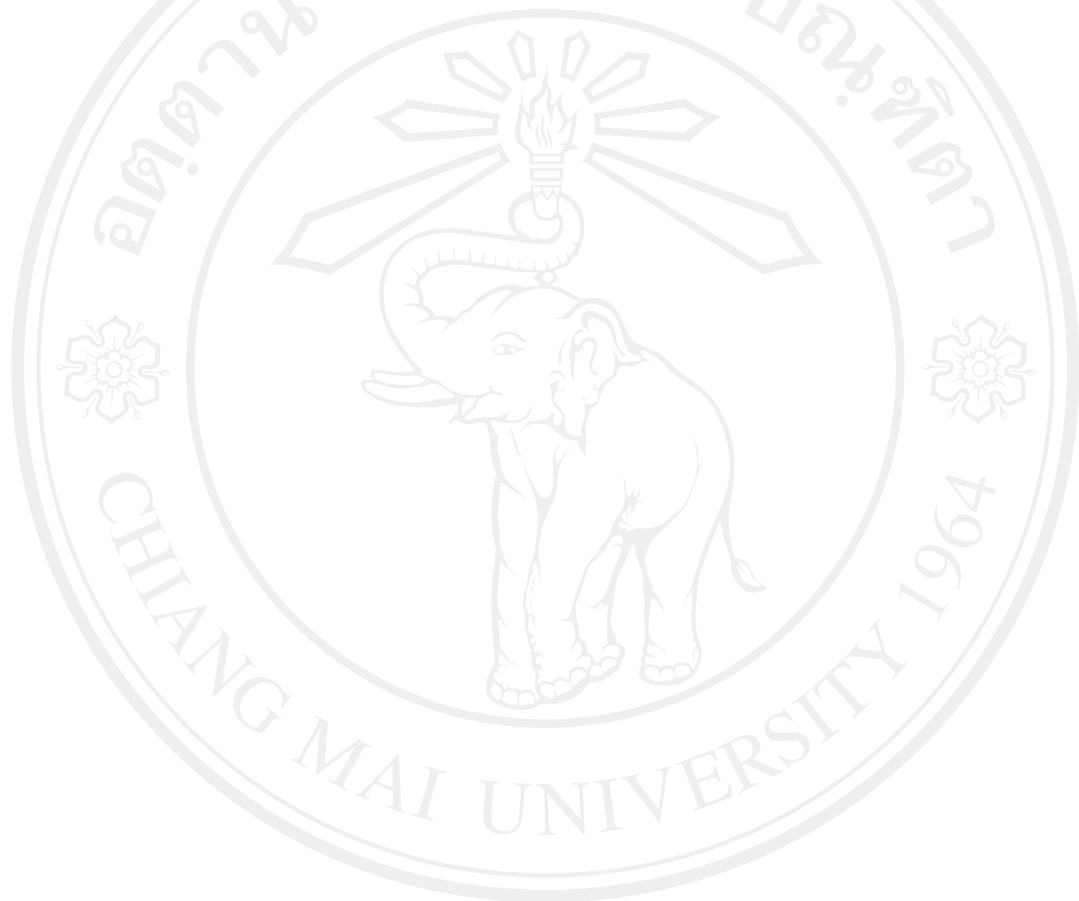
ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ	
	ชาย n = 237	หญิง n = 163
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน	3.65 (มาก)	3.60 (มาก)
6.2 การเสิร์ฟเครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.11 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
6.3 การเสิร์ฟอาหารได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.15 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
6.4 การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง	4.53 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
6.5 การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด	4.26 (มาก)	4.26 (มาก)
6.6 แคชเชียร์คิดเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว	2.23 (น้อย)	2.24 (น้อย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.49</b> (ปานกลาง)	<b>3.44</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง (ค่าเฉลี่ย 4.53) การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง (ค่าเฉลี่ย 4.45) การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ	
	ชาย n = 237	หญิง n = 163
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน	3.38 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
7.2 ความสะอาดของร้าน	3.16 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
7.3 ความสวยงามของบริเวณสถานที่โดยรวม	3.49 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
7.4 การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน	4.27 (มาก)	4.23 (มาก)
7.5 อุปกรณ์เครื่องมือ ที่มีความทันสมัย เช่น เครื่องเสียง จอ LCD	3.58 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	1.41 (น้อยที่สุด)	1.32 (น้อยที่สุด)
7.7 บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น	3.90 (มาก)	3.79 (มาก)
7.8 บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย	3.74 (มาก)	3.56 (มาก)
7.9 การตกแต่งอาหารที่สวยงามน่ารับประทาน	3.65 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 – ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.27) บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ บรรยากาศของร้าน ที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.23) บรรยากาศของ ร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

#### 4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สตेशन จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุปัจจุบัน		
	ต่ำกว่า 21 ปี n = 112	21 – 30 ปี n = 186	มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป n = 102
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 รสชาติของอาหาร	3.85 (มาก)	3.99 (มาก)	3.92 (มาก)
1.2 ความสดของอาหาร	3.46 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
1.3 ความสะอาดของอาหาร	3.52 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
1.4 ความหลากหลายของอาหาร	3.66 (มาก)	3.71 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
1.5 รสชาติของเครื่องดื่ม (ค็อกเทล น้ำส้มคั้น กาแฟ)	3.04 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
1.6 ความหลากหลายของเครื่องดื่ม	3.54 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
1.7 แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน	4.46 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
1.8 ความไพเราะ/สนุกสนานของเพลง/ดนตรี	3.60 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุปัจจุบัน		
	ต่ำกว่า 21 ปี	21 – 30 ปี	มากกว่า 30 ปีขึ้นไป
	n = 112	n = 186	n = 102
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.9 ความมีชื่อเสียงของวงดนตรี	3.63 (มาก)	3.59 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.64</b> (มาก)	<b>3.61</b> (มาก)	<b>3.59</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.46) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.60) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.99) และ ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.56) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ ความมีชื่อเสียงของวงดนตรี (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุปัจจุบัน		
	ต่ำกว่า 21 ปี n = 112	21 – 30 ปี n = 186	มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป n = 102
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาอาหารถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	2.13 (น้อย)	2.37 (น้อย)	2.42 (น้อย)
2.2 ราคาเครื่องดื่มน้ำถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	2.21 (น้อย)	2.35 (น้อย)	2.30 (น้อย)
2.3 ราคา mìkเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) ถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	2.79 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
2.4 การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน	3.42 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
2.5 การมีหลายระดับราคาให้เลือก	3.20 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
2.6 ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ	3.29 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.84</b> (ปานกลาง)	<b>2.93</b> (ปานกลาง)	<b>3.01</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.42) ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.29) และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.20) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.49) ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.39) และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.48) การมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.42) และ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.35) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	อายุปัจจุบัน		
	ต่ำกว่า 21 ปี n = 112	21 – 30 ปี n = 186	มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป n = 102
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา	4.23 (มาก)	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)
3.2 ความใกล้แหล่งชุมชน	3.51 (มาก)	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)
3.3 ความใกล้แหล่งท่องเที่ยว/แหล่งบันเทิงอื่นๆ	3.62 (มาก)	3.67 (มาก)	3.60 (มาก)
3.4 ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม	3.96 (มาก)	3.94 (มาก)	4.03 (มาก)
3.5 การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ	3.13 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
3.6 เวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม	3.16 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
3.7 สถานที่ที่มีความปลอดภัย	3.79 (มาก)	3.93 (มาก)	3.79 (มาก)
3.8 ความเพียงพอของโต๊ะของทางร้าน	3.54 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.62</b> (มาก)	<b>3.66</b> (มาก)	<b>3.70</b> (มาก)



จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม (ค่าเฉลี่ย 3.94) และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุปัจจุบัน		
	ต่ำกว่า 21 ปี n = 112	21 – 30 ปี n = 186	มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป n = 102
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ	3.06 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
4.2 การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว	2.23 (น้อย)	2.16 (น้อย)	2.24 (น้อย)
4.3 การโฆษณาทางเว็บไซต์	2.10 (น้อย)	2.05 (น้อย)	2.08 (น้อย)
4.4 การลดราคามิกเซอร์ (น้ำ โซดา น้ำแข็ง น้ำอัดลม)	1.71 (น้อย)	1.68 (น้อย)	1.80 (น้อย)
4.5 การลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อขวด	1.66 (น้อย)	1.67 (น้อย)	1.75 (น้อย)
4.6 การลดราคาอาหาร	2.68 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)
4.7 การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ โดยเฉพาะ	3.58 (มาก)	3.62 (มาก)	3.92 (มาก)
4.8 การรับสมัครสมาชิกเพื่อให้สิทธิพิเศษต่างๆ	3.20 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
4.9 การจัดคอนเสิร์ต	3.72 (มาก)	3.67 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุปัจจุบัน		
	ต่ำกว่า 21 ปี n = 112	21 – 30 ปี n = 186	มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป n = 102
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.10 การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.)	3.79 (มาก)	3.87 (มาก)	3.97 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.77</b> (ปานกลาง)	<b>2.73</b> (ปานกลาง)	<b>2.80</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.79) การจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.72) และ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.87) การจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.76) และ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.97) การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ การจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.41** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุปัจจุบัน		
	ต่ำกว่า 21 ปี n = 112	21 – 30 ปี n = 186	มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป n = 102
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.37 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.31 (มาก)	4.20 (มาก)	4.23 (มาก)
5.3 พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.85 (มาก)	3.80 (มาก)	3.91 (มาก)
5.4 พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	1.78 (น้อย)	1.76 (น้อย)	1.86 (น้อย)
5.5 พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี	3.92 (มาก)	3.66 (มาก)	3.60 (มาก)
5.6 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี	3.51 (มาก)	3.53 (มาก)	3.74 (มาก)
5.7 พนักงานแต่งกายอย่างเหมาะสม ดูดี	3.89 (มาก)	3.58 (มาก)	3.61 (มาก)
5.8 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	3.57 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
5.9 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ็งลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น	3.67 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)

ตารางที่ 4.41 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุปัจจุบัน		
	ต่ำกว่า 21 ปี	21 – 30 ปี	มากกว่า 30 ปีขึ้นไป
	n = 112	n = 186	n = 102
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.10 พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	3.53 (มาก)	3.62 (มาก)	3.52 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.54</b> (มาก)	<b>3.46</b> (ปานกลาง)	<b>3.52</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.31) พนักงานแต่งกายอย่างเหมาะสม สุทธิ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.80) และ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม ได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.91) และ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็น อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.42** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อายุปัจจุบัน		
	ต่ำกว่า 21 ปี n = 112	21 – 30 ปี n = 186	มากกว่า 30 ปีขึ้นไป n = 102
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน	3.74 (มาก)	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)
6.2 การเสิร์ฟเครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.02 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
6.3 การเสิร์ฟอาหารได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.20 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
6.4 การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง	4.63 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.45 (มาก)
6.5 การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด	4.24 (มาก)	4.26 (มาก)	4.28 (มาก)
6.6 แคชเชียร์คิดเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว	2.22 (น้อย)	2.28 (น้อย)	2.15 (น้อย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.51</b> (มาก)	<b>3.45</b> (ปานกลาง)	<b>3.46</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง (ค่าเฉลี่ย 4.63) การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.24) และ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง (ค่าเฉลี่ย 4.45) การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง (ค่าเฉลี่ย 4.45) การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุปัจจุบัน		
	ต่ำกว่า 21 ปี n = 112	21 – 30 ปี n = 186	มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป n = 102
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน	3.40 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)
7.2 ความสะอาดของร้าน	3.06 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
7.3 ความสวยงามของบริเวณสถานที่โดยรวม	3.43 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.58 (มาก)
7.4 การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน	4.40 (มาก)	4.18 (มาก)	4.23 (มาก)
7.5 อุปกรณ์เครื่องมือ ที่มีความทันสมัย เช่น เครื่องเสียง จอ LCD	3.51 (มาก)	3.55 (มาก)	3.54 (มาก)
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	1.31 (น้อยที่สุด)	1.31 (น้อยที่สุด)	1.56 (น้อย)
7.7 บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น	3.79 (มาก)	3.87 (มาก)	3.92 (มาก)
7.8 บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	3.54 (มาก)
7.9 การตกแต่งอาหารที่สวยงามน่ารับประทาน	3.78 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)



จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 – ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.40) บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ การตกแต่งอาหารที่สวยงามน่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.18) บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.23) บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ ความสวยงามของบริเวณสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

#### 4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สตชัน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 84	5,000 – 10,000 บาท n = 139	10,001 – 15,000 บาท n = 100	มากกว่า 15,000 บาท n = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 รสชาติของอาหาร	4.10 (มาก)	3.91 (มาก)	3.83 (มาก)	3.94 (มาก)
1.2 ความสดของอาหาร	3.58 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
1.3 ความสะอาดของอาหาร	3.38 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
1.4 ความหลากหลายของอาหาร	3.74 (มาก)	3.50 (มาก)	3.63 (มาก)	3.74 (มาก)
1.5 รสชาติของเครื่องดื่ม (ค็อกเทล น้ำส้มคั้น กาแฟ)	3.02 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
1.6 ความหลากหลายของเครื่องดื่ม	3.49 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
1.7 แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน	4.46 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
1.8 ความไพเราะ/สนุกสนานของ เพลง/ดนตรี	3.27 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.44 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 84	5,000 – 10,000 บาท n = 139	10,001 – 15,000 บาท n = 100	มากกว่า 15,000 บาท n = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.9 ความมีชื่อเสียงของวงดนตรี	3.77 (มาก)	3.52 (มาก)	3.57 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)	3.60 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.46) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.10) และ ความมีชื่อเสียงของวงดนตรี (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.63) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.91) และ ความไพเราะ/สนุกสนานของเพลง/ดนตรี (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.83) และ ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.94) และ ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 84	5,000 – 10,000 บาท n = 139	10,001 – 15,000 บาท n = 100	มากกว่า 15,000 บาท n = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาอาหารถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	1.75 (น้อย)	1.67 (น้อย)	3.08 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
2.2 ราคาเครื่องดื่มถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	1.62 (น้อย)	1.78 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
2.3 ราคา mìkเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) ถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	1.70 (น้อย)	3.09 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
2.4 การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน	3.19 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.57 (มาก)
2.5 การมีหลายระดับราคาให้เลือก	3.17 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
2.6 ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ	2.98 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.61 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.40</b> (น้อย)	<b>2.73</b> (ปานกลาง)	<b>3.33</b> (ปานกลาง)	<b>3.34</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย

3.19) การมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.17) และ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 2.98) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.42) ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.29) และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.11) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.69) ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.61) การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.57) และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 84	5,000 – 10,000 บาท n = 139	10,001 – 15,000 บาท n = 100	มากกว่า 15,000 บาท n = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา	4.26 (มาก)	4.29 (มาก)	4.24 (มาก)	4.23 (มาก)
3.2 ความใกล้แหล่งชุมชน	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)
3.3 ความใกล้แหล่งท่องเที่ยว/แหล่ง บันเทิงอื่นๆ	3.48 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)	3.69 (มาก)
3.4 ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)
3.5 การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และ เพียงพอ	3.08 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
3.6 เวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม	3.17 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
3.7 สถานที่ที่มีความปลอดภัย	4.02 (มาก)	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)	3.77 (มาก)
3.8 ความเพียงพอของโต๊ะของทาง ร้าน	3.67 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 (มาก)	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม (ค่าเฉลี่ย 3.94) และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 84	5,000 – 10,000 บาท n = 139	10,001 – 15,000 บาท n = 100	มากกว่า 15,000 บาท n = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ	2.30 (น้อย)	3.14 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
4.2 การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว	2.15 (น้อย)	2.24 (น้อย)	2.16 (น้อย)	2.22 (น้อย)
4.3 การโฆษณาทางเว็บไซต์	2.04 (น้อย)	2.07 (น้อย)	2.11 (น้อย)	2.05 (น้อย)
4.4 การลดราคามิกเซอร์ (น้ำ โซดา น้ำแข็ง น้ำอัดลม)	1.74 (น้อย)	1.71 (น้อย)	1.75 (น้อย)	1.68 (น้อย)
4.5 การลดราคาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ต่อขวด	1.73 (น้อย)	1.65 (น้อย)	1.73 (น้อย)	1.64 (น้อย)
4.6 การลดราคาอาหาร	2.51 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
4.7 การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้า ประจำโดยเฉพาะ	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)
4.8 การรับสมัครสมาชิกเพื่อให้สิทธิ พิเศษต่างๆ	3.05 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
4.9 การจัดคอนเสิร์ต	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)



ตารางที่ 4.47 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 84	5,000 – 10,000 บาท n = 139	10,001 – 15,000 บาท n = 100	มากกว่า 15,000 บาท n = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.10 การมีพนักงานแนะนำอาหาร และเครื่องดื่ม (P.G.)	3.87 (มาก)	3.90 (มาก)	3.80 (มาก)	3.92 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.66</b> (ปานกลาง)	<b>2.81</b> (ปานกลาง)	<b>2.75</b> (ปานกลาง)	<b>2.78</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.87) การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ การจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.90) การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และ การจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.80) การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และ การจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.78) โดยปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.92) การจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.82) และ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำ โดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 84	5,000 – 10,000 บาท n = 139	10,001 – 15,000 บาท n = 100	มากกว่า 15,000 บาท n = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.33 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.53 (มาก)
5.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.29 (มาก)	4.20 (มาก)	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)
5.3 พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	3.78 (มาก)
5.4 พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	1.79 (น้อย)	1.81 (น้อย)	1.66 (น้อย)	1.94 (น้อย)
5.5 พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี	3.64 (มาก)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	3.77 (มาก)
5.6 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี	3.62 (มาก)	3.52 (มาก)	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)
5.7 พนักงานแต่งกายอย่างเหมาะสมดูดี	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)	3.52 (มาก)	3.74 (มาก)
5.8 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	3.43 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.52 (มาก)
5.9 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจกลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกินเป็นต้น	3.48 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.56 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.48 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 84	5,000 – 10,000 บาท n = 139	10,001 – 15,000 บาท n = 100	มากกว่า 15,000 บาท n = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.9 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจกลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น	3.48 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.56 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)
5.10 พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	3.74 (มาก)	3.61 (มาก)	3.66 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.49</b> (ปานกลาง)	<b>3.52</b> (มาก)	<b>3.51</b> (มาก)	<b>3.46</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.74) และ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

(ค่าเฉลี่ย 4.24) พนักงานพุดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ พนักงานสามารถแนะนำอาหาร และเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) พนักงานพุดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ พนักงานสามารถแนะนำอาหาร และเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) hanging from its trunk. Above the elephant are two crossed swords. The emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the border.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ตารางที่ 4.49** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 84	5,000 – 10,000 บาท n = 139	10,001 – 15,000 บาท n = 100	มากกว่า 15,000 บาท n = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 การทักทายและต้อนรับเมื่อ ลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน	3.74 (มาก)	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)
6.2 การเสิร์ฟเครื่องดื่มได้อย่าง รวดเร็วและถูกต้อง	3.04 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)
6.3 การเสิร์ฟอาหารได้อย่างอย่าง รวดเร็วและถูกต้อง	3.11 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
6.4 การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้ สะดวก ได้โต๊ะจริง	4.43 (มาก)	4.48 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
6.5 การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่าง เพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด	4.19 (มาก)	4.24 (มาก)	4.27 (มาก)	4.36 (มาก)
6.6 แคชเชียร์คิดเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว	2.17 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.19 (น้อย)	2.29 (น้อย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.44</b> (ปานกลาง)	<b>3.46</b> (ปานกลาง)	<b>3.50</b> (มาก)	<b>3.47</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง (ค่าเฉลี่ย 4.43) การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.19) และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง (ค่าเฉลี่ย 4.48) การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.24) และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง (ค่าเฉลี่ย 4.62) การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.27) และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง (ค่าเฉลี่ย 4.45) การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.36) และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท n = 84	5,000 – 10,000 บาท n = 139	10,001 – 15,000 บาท n = 100	มากกว่า 15,000 บาท n = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน	3.43 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
7.2 ความสะอาดของร้าน	2.96 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
7.3 ความสวยงามของบริเวณสถานที่โดยรวม	3.68 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.60 (มาก)
7.4 การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน	4.26 (มาก)	4.28 (มาก)	4.20 (มาก)	4.27 (มาก)
7.5 อุปกรณ์เครื่องมือ ที่มีความทันสมัย เช่น เครื่องเสียง จอ LCD	3.58 (มาก)	3.60 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	1.35 (น้อยที่สุด)	1.37 (น้อยที่สุด)	1.40 (น้อยที่สุด)	1.36 (น้อยที่สุด)
7.7 บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น	3.74 (มาก)	3.89 (มาก)	3.96 (มาก)	3.79 (มาก)
7.8 บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)	3.75 (มาก)	3.66 (มาก)
7.9 การตกแต่งอาหารที่สวยงามน่ารับประทาน	3.71 (มาก)	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.37 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)



จากตารางที่ 4.50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.26) บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.74) และ การตกแต่งอาหารที่สวยงามน่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.28) บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.20) บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.27) บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

#### 4.4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สตชั้น จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิภาค

ตารางที่ 4.51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์จำแนกตามภูมิภาค

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ภูมิภาค	
	จังหวัดเชียงใหม่	จังหวัด อื่นๆ
	N = 200	N = 200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 รสชาติของอาหาร	3.98 (มาก)	3.89 (มาก)
1.2 ความสดของอาหาร	3.54 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
1.3 ความสะอาดของอาหาร	3.42 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
1.4 ความหลากหลายของอาหาร	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)
1.5 รสชาติของเครื่องดื่ม (ค็อกเทล น้ำส้มคั้น กาแฟ)	3.11 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
1.6 ความหลากหลายของเครื่องดื่ม	3.41 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
1.7 แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน	4.55 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
1.8 ความไพเราะ/สนุกสนานของเพลง/ดนตรี	3.34 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)

ตารางที่ 4.51 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ภูมิภาค	
	จังหวัดเชียงใหม่	จังหวัด อื่นๆ
	N = 200	N = 200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.9 ความมีชื่อเสียงของวงดนตรี	3.59 (มาก)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.55) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.56) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามภูมิลำเนา

ปัจจัยด้านราคา	ภูมิลำเนา	
	จังหวัดเชียงใหม่ N = 200	จังหวัด อื่นๆ N = 200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาอาหารถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	2.31 (น้อย)	2.33 (น้อย)
2.2 ราคาเครื่องดื่มน้ำถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	2.21 (น้อย)	2.40 (น้อย)
2.3 ราคา mìkเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) ถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน	2.73 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
2.4 การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน	3.46 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
2.5 การมีหลายระดับราคาให้เลือก	3.26 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
2.6 ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ	3.42 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.90</b> (ปานกลาง)	<b>2.96</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.46) ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.42) และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.96) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.49) การมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.33) และ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.28) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามภูมิลำเนา

ปัจจัยด้านสถานที่	ภูมิลำเนา	
	จังหวัดเชียงใหม่ N = 200	จังหวัด อื่นๆ N = 200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา	4.30 (มาก)	4.23 (มาก)
3.2 ความใกล้แหล่งชุมชน	3.55 (มาก)	3.69 (มาก)
3.3 ความใกล้แหล่งท่องเที่ยว/แหล่งบันเทิงอื่นๆ	3.72 (มาก)	3.56 (มาก)
3.4 ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม	3.96 (มาก)	3.98 (มาก)
3.5 การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ	3.18 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
3.6 เวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม	3.24 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
3.7 สถานที่ที่มีความปลอดภัย	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)
3.8 ความเพียงพอของโต๊ะของทางร้าน	3.63 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.68</b> (มาก)	<b>3.63</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย

ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความใกล้ชิดจุดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความใกล้ชิดจุดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามภูมิภาค

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ภูมิภาค	
	จังหวัดเชียงใหม่	จังหวัด อื่นๆ
	N = 200	N = 200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ	2.98 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
4.2 การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว	2.20 (น้อย)	2.20 (น้อย)
4.3 การโฆษณาทางเว็บไซต์	2.06 (น้อย)	2.08 (น้อย)
4.4 การลดราคามิกเซอร์ (น้ำ โซดา น้ำแข็ง น้ำอัดลม)	1.69 (น้อย)	1.76 (น้อย)
4.5 การลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อขวด	1.71 (น้อย)	1.67 (น้อย)
4.6 การลดราคาอาหาร	2.72 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
4.7 การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)
4.8 การรับสมัครสมาชิกเพื่อให้สิทธิพิเศษต่างๆ	2.97 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
4.9 การจัดคอนเสิร์ต	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)



ตารางที่ 4.54 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ภูมิภาค	
	จังหวัดเชียงใหม่	จังหวัด อื่นๆ
	N = 200	N = 200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.10 การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.)	3.83 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.75 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.) (ค่าเฉลี่ย 3.83) การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และ การจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.) (ค่าเฉลี่ย 3.92) การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และ การจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามภูมิภาค

ปัจจัยด้านบุคลากร	ภูมิภาค	
	จังหวัดเชียงใหม่	จังหวัด อื่นๆ
	N = 200	N = 200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.59 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.27 (มาก)	4.21 (มาก)
5.3 พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.79 (มาก)	3.90 (มาก)
5.4 พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	1.77 (น้อย)	1.82 (น้อย)
5.5 พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)
5.6 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี	3.51 (มาก)	3.64 (มาก)
5.7 พนักงานแต่งกายอย่างเหมาะสม ดูดี	3.69 (มาก)	3.66 (มาก)
5.8 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	3.62 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
5.9 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แข็งลูกค้าพื้นที่เมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น	3.51 (มาก)	3.64 (มาก)

ตารางที่ 4.55 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ภูมิลำเนา	
	จังหวัดเชียงใหม่	จังหวัด อื่นๆ
	N = 200	N = 200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.10 พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	3.65 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามภูมิลำเนา

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ภูมิลำเนา	
	จังหวัดเชียงใหม่ N = 200	จังหวัด อื่นๆ N = 200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน	3.56 (มาก)	3.70 (มาก)
6.2 การเสิร์ฟเครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	2.97 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
6.3 การเสิร์ฟอาหารได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.14 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
6.4 การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง	4.57 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
6.5 การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด	4.32 (มาก)	4.20 (มาก)
6.6 แคนเซียร์คิดเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว	2.30 (น้อย)	2.17 (น้อย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.47</b> (ปานกลาง)	<b>3.46</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง (ค่าเฉลี่ย 4.57) การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.32) และ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้าน กระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ สูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง (ค่าเฉลี่ย 4.44) การจัดโต๊ะ ให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้า เดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามภูมิลำเนา

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ภูมิลำเนา	
	จังหวัดเชียงใหม่	จังหวัด อื่นๆ
	N = 200	N = 200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน	3.56 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
7.2 ความสะอาดของร้าน	3.10 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
7.3 ความสวยงามของบริเวณสถานที่โดยรวม	3.57 (มาก)	3.53 (มาก)
7.4 การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน	4.24 (มาก)	4.27 (มาก)
7.5 อุปกรณ์เครื่องมือ ที่มีความทันสมัย เช่น เครื่องเสียง จอ LCD	3.56 (มาก)	3.52 (มาก)
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	1.36 (น้อยที่สุด)	1.39 (น้อยที่สุด)
7.7 บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น	3.84 (มาก)	3.88 (มาก)
7.8 บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)
7.9 การตกแต่งอาหารที่สวยงามน่ารับประทาน	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.37 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.24) บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.84) และบรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.27) บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ