

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหารหัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ และ ปัญหาของลูกค้าในการใช้บริการ โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 400 คน โดยจากผลการศึกษา สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มาใช้บริการของร้านอาหารหัวลำโพงสเตชั่น 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ วันที่นิยมมาใช้บริการ คือ วันศุกร์ ในช่วงเวลา 20.00 - 22.00 น. ใช้บริการในแต่ละครั้งมากกว่า 4 ชั่วโมง ตัดสินใจเลือกใช้บริการของร้านอาหารหัวลำโพงสเตชั่นด้วยตนเอง จำนวนผู้ที่มาร่วมใช้บริการในแต่ละครั้ง 4 - 5 คน วิธีการสั่งอาหาร คือ การดูตามเมนู/รายการอาหาร อาหารที่นิยมสั่งมารับประทาน คือ อาหารประเภทยำ เครื่องดื่มที่นิยมสั่ง คือ เหล้า/วิสกี้ ประเภทดนตรีที่ชอบ คือ เพลงอินดี้ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ต่อคน คือ 200 - 400 บาท พฤติกรรมการใช้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทางร้านจัดให้ ใช้บริการร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชั่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอาหาร หัวลำโพงสเตชั่น คือ เพราะรู้จักเจ้าของร้าน/พนักงาน

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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านบุคลากร ตามลำดับ สำหรับส่วนประสมการตลาดบริการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง สามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร และ ความหลากหลายของอาหาร ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน รองลงมาคือ ไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ และ การจัดคอนเสิร์ต ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และพนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง รองลงมาคือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกัน อึดอัด และ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน รองลงมาคือ บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น และ บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการให้บริการ

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด คือ ห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการไม่สะอาดหรือไม่เพียงพอ รองลงมาคือ การโฆษณาของทางร้านที่มีน้อยเกินไปหรือไม่น่าสนใจพอ การเสิร์ฟอาหารล่าช้าหรือมีความผิดพลาด ราคาที่ไม่เหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ และ การลด/แลก/แจก/แถม ของทางร้านที่มีน้อยเกินไปหรือไม่น่าสนใจพอ ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร และ ความหลากหลายของอาหาร ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร และ ความหลากหลายของอาหาร ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน รองลงมาคือ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน รองลงมาคือ การมีหลายระดับราคาให้เลือก และ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดจุดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ และ การจัดคอนเสิร์ต ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ การจัดคอนเสิร์ต และ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานแต่งกายอย่างเหมาะสม ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง รองลงมาคือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอัด และ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง รองลงมาคือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด และ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน รองลงมาคือ บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น และบรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน รองลงมาคือ บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น และ ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร และ ความหลากหลายของอาหาร ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร และ ความหลากหลายของอาหาร ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร และ ความมีชื่อเสียงของวงดนตรี ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน รองลงมาคือ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน รองลงมาคือ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน รองลงมาคือ การมีหลายระดับราคาให้เลือก และ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัย

ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ การจัดคอนเสิร์ต และ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ การจัดคอนเสิร์ต และ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ และ การจัดคอนเสิร์ต ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบริษัทด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อบริษัทด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานแต่งกายอย่างเหมาะสม สุดี และ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อบริษัทด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อบริษัทด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบริษัทด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อบริษัทด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง รองลงมาคือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอัดอัด และ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อบริการด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง รองลงมาคือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อบริการด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง รองลงมาคือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปี มีความพึงพอใจต่อบริการด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน รองลงมาคือ บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น และการตกแต่งอาหารที่สวยงามน่ารับประทาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน รองลงมาคือ บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น และ บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อบริการด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน รองลงมาคือ บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น และ ความสวยงามของบริเวณสถานที่โดยรวม ตามลำดับ

4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร และ ความมีชื่อเสียงของวงดนตรี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร และ ความไพเราะ/สนุกสนานของเพลง/ดนตรี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร และ ความหลากหลายของอาหาร ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร และ ความหลากหลายของอาหาร ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน รองลงมาคือ การมีหลายระดับราคาให้เลือก และ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน รองลงมาคือ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน รองลงมาคือ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3

ลำดับแรกได้แก่ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ รองลงมาคือ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ และการจัดคอนเสิร์ต ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ และการจัดคอนเสิร์ต ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ และการจัดคอนเสิร์ต ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ การจัดคอนเสิร์ต และการทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำให้สะดวก ได้โต๊ะจริง รองลงมาคือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำให้สะดวก ได้โต๊ะจริง รองลงมาคือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำให้สะดวก ได้โต๊ะจริง รองลงมาคือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำให้สะดวก ได้โต๊ะจริง รองลงมาคือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน รองลงมาคือ บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น และการตกแต่งอาหารที่สวยงามน่ารับประทาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน รองลงมาคือ บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น และ บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน รองลงมาคือบรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น และ บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้ลึกซึ้งปลอดภัยตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน รองลงมาคือบรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น และ บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้ลึกซึ้งปลอดภัยตามลำดับ

4.4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สตेशन จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิภาค

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร และ ความหลากหลายของอาหาร ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสดของอาหาร รองลงมาคือ ความสะอาดของอาหาร และ ความหลากหลายของเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน รองลงมาคือ ราคาไม่ถูก แต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ และ การมีหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.96) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับ

แรกได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน รองลงมาคือ การมีหลายระดับราคาให้เลือก และ ราคาไม่ถูกแต่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.) รองลงมาคือ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ และ การจัดคอนเสิร์ต ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.) รองลงมาคือ การทำบัตรลดแจกให้กับลูกค้าประจำโดยเฉพาะ และ การจัดคอนเสิร์ต ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่

พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด เชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง รองลงมาคือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้าน กระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง รองลงมาคือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้ อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกันอึดอัด และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน รองลงมาคือ บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเอง และอบอุ่น และ บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ จังหวัด อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน รองลงมาคือ บรรยากาศของร้าน ที่เป็นกันเองและอบอุ่น และ บรรยากาศของร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัว ลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทาง การตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) อันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People)

กระบวนการ (Process) และ การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สามารถอธิบายผลการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิระ สุริยะศักดิ์ (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านนอร์มัล คาเฟ่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากเป็นอันดับแรก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตติพร นิ่มสุวรรณ (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทอรองท์ อำเภอเมือง เชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจระดับมากในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก และยังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านกาแฟและอาหารแบล็คแคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มากเป็นอันดับแรกเช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิระ สุริยะศักดิ์ (2553) และจิตติพร นิ่มสุวรรณ (2553) ซึ่งงานวิจัยทั้งคู่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสนุกสนานของดนตรี มากเป็นอันดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสะอาดของผลิตภัณฑ์ มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิระ สุริยะศักดิ์ (2553) และจิตติพร นิ่มสุวรรณ (2553) ซึ่งงานวิจัยทั้งคู่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสามารถในการชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มากเป็นอันดับแรก และยังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสถานที่ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิระ สุริยะศักดิ์ (2553) และจิตติพร นิ่มสุวรรณ (2553) ซึ่งงานวิจัยทั้งคู่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มากเป็นอันดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการมีสาขาที่มากเพียงพอในการเลือกบริโภค มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ การมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิระ สุริยะศักดิ์ (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการจัดคอนเสิร์ต มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิตติพร นิ่มสุวรรณ (2553) ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมพิเศษช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ เป็นอันดับแรก และยังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับส่วนลด มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ พนักงานที่ดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิระ สุริยะศักดิ์ (2553) และจิตติพร นิ่มสุวรรณ (2553) ซึ่งงานวิจัยทั้งคู่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการที่พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากเป็นอันดับแรก และยังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการที่พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านกระบวนการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะ

จริง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิระ สุริยะศักดิ์ (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิตติพร นิ่มสุวรรณ (2553) ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม มากเป็นอันดับแรก และยังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระบบการทำงานที่เป็นมาตรฐาน มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิระ สุริยะศักดิ์ (2553) และจิตติพร นิ่มสุวรรณ (2553) ซึ่งงานวิจัยทั้งคู่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านที่จำง่าย มากเป็นอันดับแรก และยังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้ มากเป็นอันดับแรก

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

5.3.1 ข้อค้นพบด้านข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 400 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ถึงร้อยละ 97 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท มีผู้ตอบแบบสอบถามถึงกว่าร้อยละ 80 มาใช้บริการตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ มีเพียงร้อยละ 4.75 ที่มีใช้บริการก่อนเวลา 20.00 น. และวันศุกร์-เสาร์มีผู้มาใช้บริการรวมกัน ประมาณร้อยละ 70 และผู้มาใช้บริการมากกว่า ร้อยละ 95 มาใช้บริการเกินกว่า ครั้งละ 3 ชั่วโมง ส่วนอาหารประเภทยำเป็นอาหารที่ผู้มาใช้บริการนิยมสั่งมารับประทานมากที่สุด ถึงร้อยละ 73 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ที่หารกันแล้วต่อคน) น้อยกว่า 400 บาท มีประมาณร้อยละ 87 และมีเพียงร้อยละ 11.5 ที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5.3.2 ข้อค้นพบความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยด้านสถานที่ มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด น้อยที่สุด โดยสามารถสรุป ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด และน้อยที่สุดในแต่ละด้านที่มีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษ พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านแนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน เป็นลำดับแรก ในขณะที่ รสชาติของเครื่องดื่ม (คือกาแฟ น้ำส้มคั้น กาแฟ) เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษ พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านการมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน เป็นลำดับแรก ในขณะที่ ราคาเครื่องดื่มถูกกว่าร้านประเภทเดียวกัน เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านสถานที่ จากการศึกษ พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา เป็นอันดับแรก ในขณะที่ การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษ พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านการมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.) เป็นลำดับแรก ในขณะที่ การลดราคา

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อขวด เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสนใจในลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านบุคลากร จากการศึกษา พบว่า ลูกค้าให้ความสนใจในปัจจัยย่อยด้านพนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เป็นอันดับแรก ในขณะที่ พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสนใจเป็นอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านกระบวนการ จากการศึกษา พบว่า ลูกค้าให้ความสนใจในปัจจัยย่อยด้านการจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง เป็นลำดับแรก ในขณะที่ แคชเชียร์คิดเงินได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสนใจในลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษา พบว่า ลูกค้าให้ความสนใจในปัจจัยย่อยด้านการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน เป็นลำดับแรก ในขณะที่ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสนใจในลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับแรกของระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดใน ร้าน	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.55	มากที่สุด
2	การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้ สะดวก ได้โต๊ะจริง	ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.50	มากที่สุด
3	ที่ตั้งที่สะดวกในการ เดินทางมา	ปัจจัยด้านสถานที่	4.26	มาก
4	การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้ อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกัน อึดอัด	ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.26	มาก
5	การถ่ายเทอากาศที่ดีภายใน ร้าน	ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	4.26	มาก
6	พนักงานดูแลเอาใจใส่และ มีความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ	ปัจจัยด้านบุคลากร	4.24	มาก
7	ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก สะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม	ปัจจัยด้านสถานที่	3.97	มาก
8	รสชาติของอาหาร	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.94	มาก
9	การมีพนักงานแนะนำ อาหารและเครื่องดื่ม (P.G.)	ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	3.87	มาก
10	สถานที่ที่มีความปลอดภัย	ปัจจัยด้านสถานที่	3.86	มาก

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับสุดท้ายของระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ความสะอาดของห้องน้ำที่ จัดไว้ให้บริการ	ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	1.37	น้อยที่สุด
2	การลดราคาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ต่อขวด	ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	1.69	น้อย
3	การลดราคามิกเซอร์ (น้ำ โซดา น้ำแข็ง น้ำอัดลม)	ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	1.72	น้อย
4	พนักงานให้บริการได้อย่าง ถูกต้องและรวดเร็ว	ปัจจัยด้านบุคลากร	1.79	น้อย
5	การโฆษณาทางเว็บไซต์	ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	2.07	น้อย
6	การโฆษณาในหนังสือนำ เที่ยว	ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	2.20	น้อย
7	แคชเชียร์คิดเงินได้อย่าง ถูกต้อง รวดเร็ว	ปัจจัยด้านกระบวนการ	2.23	น้อย
8	ราคาเครื่องดื่มถูกกว่าร้าน ประเภทเดียวกัน	ปัจจัยด้านราคา	2.30	น้อย
9	ราคาอาหารถูกกว่าร้าน ประเภทเดียวกัน	ปัจจัยด้านราคา	2.32	น้อย
10	การลดราคาอาหาร	ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	2.69	ปานกลาง

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุป 10 ลำดับแรกของปัญหาที่ลูกค้ามีส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัญหา	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ร้อยละ
1	ห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการไม่สะอาดหรือไม่เพียงพอ	ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	34.3
2	การโฆษณาของทางร้านมีน้อยเกินไปหรือไม่น่าสนใจพอ เช่น การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ หรือทางเว็บไซต์ เป็นต้น	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	27.0
3	การเสิร์ฟอาหารล่าช้าหรือมีความผิดพลาด	ปัจจัยด้านกระบวนการ	21.0
4	ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ เช่น ราคา米高เซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) อาหารหรือเครื่องดื่มแพงกว่าร้านประเภทเดียวกัน เป็นต้น	ปัจจัยด้านราคา	19.8
5	การลด/แลก/แจก/แถม ของทางร้านมีน้อยเกินไปหรือไม่น่าสนใจพอ เช่น ราคา米高เซอร์ (น้ำ โซดา น้ำแข็ง น้ำอัดลม) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อขวดราคาอาหาร หรือไม่มีการแจกบัตรลดให้กับลูกค้าประจำ เป็นต้น	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	19.8
6	ค่าเปิดขวดแพงกว่าร้านประเภทเดียวกัน หรือ ไม่ควรเก็บค่าเปิดขวด	ปัจจัยด้านราคา	12.8
7	เครื่องดื่มไม่ได้คุณภาพ เช่น ไม่ถูกปาก ไม่มีความหลากหลาย เป็นต้น	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	8.8
8	อาหารไม่ได้คุณภาพ เช่น ไม่สด ไม่สะอาด ไม่อร่อย เป็นต้น	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	7.8

ตารางที่ 5.3 (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัญหา	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ร้อยละ
9	พนักงานของทางร้านมีน้อยเกินไป หรือไม่มีใจบริการ (Service Mind)	ปัจจัยด้านบุคลากร	7.5
10	โต๊ะของทางร้านไม่เพียงพอต่อการ ให้บริการ	ปัจจัยด้านสถานที่	7.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุประดับความพึงพอใจสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (มากที่สุด)	แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ ชัดเจน (มาก)	การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ ชัดเจน (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านสถานที่	ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (มาก)	ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (มาก)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	การมีพนักงานแนะนำอาหารและ เครื่องดื่ม (P.G.) (มาก)	การมีพนักงานแนะนำอาหารและ เครื่องดื่ม (P.G.) (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการ (มาก)	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการ (มาก)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง (มากที่สุด)	การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้สะดวก ได้โต๊ะจริง (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (มาก)	การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (มาก)

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุประดับความพึงพอใจสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสม
การตลาดบริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุปัจจุบัน		
	ต่ำกว่า 21 ปี	21 – 30 ปี	มากกว่า 30 ปีขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	แนวเพลง/ดนตรีที่เปิด ในร้าน (มาก)	แนวเพลง/ดนตรีที่ เปิดในร้าน (มากที่สุด)	แนวเพลง/ดนตรีที่ เปิดในร้าน (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	การมีป้ายราคาอาหาร/ เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ปานกลาง)	การมีป้ายราคา อาหาร/เครื่องดื่มที่ ชัดเจน (ปานกลาง)	การมีป้ายราคา อาหาร/เครื่องดื่มที่ ชัดเจน (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านสถานที่	ที่ตั้งที่สะดวกในการ เดินทางมา (มาก)	ที่ตั้งที่สะดวกในการ เดินทางมา (มาก)	ที่ตั้งที่สะดวกในการ เดินทางมา (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	การมีพนักงานแนะนำ อาหารและเครื่องดื่ม (P.G.) (มาก)	การมีพนักงาน แนะนำอาหารและ เครื่องดื่ม (P.G.) (มาก)	การมีพนักงาน แนะนำอาหารและ เครื่องดื่ม (P.G.) (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานดูแลเอาใจใส่ และมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ (มาก)	พนักงานดูแลเอาใจ ใส่และมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ (มาก)	พนักงานดูแลเอาใจ ใส่และมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	การจองโต๊ะล่วงหน้า ทำได้สะดวกได้โต๊ะ จริง (มากที่สุด)	การจองโต๊ะล่วงหน้า ทำได้สะดวก ได้โต๊ะ จริง (มาก)	การจองโต๊ะล่วงหน้า ทำได้สะดวก ได้โต๊ะ จริง (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	การถ่ายเทอากาศที่ดี ภายในร้าน (มาก)	การถ่ายเทอากาศที่ดี ภายในร้าน (มาก)	การถ่ายเทอากาศที่ดี ภายในร้าน (มาก)

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุประดับความพึงพอใจสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	มากกว่า 15,000 บาท
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	แนวเพลง/ดนตรีที่ เปิดในร้าน (มาก)	แนวเพลง/ดนตรีที่ เปิดในร้าน (มากที่สุด)	แนวเพลง/ดนตรีที่ เปิดในร้าน (มากที่สุด)	แนวเพลง/ดนตรีที่ เปิดในร้าน (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	การมีป้ายราคา อาหาร/เครื่องดื่มที่ ชัดเจน (ปานกลาง)	การมีป้ายราคา อาหาร/เครื่องดื่มที่ ชัดเจน (ปานกลาง)	การมีป้ายราคา อาหาร/เครื่องดื่มที่ ชัดเจน (มาก)	ราคาไม่ถูกแต่มี ความเหมาะสมกับ คุณภาพและบริการ ที่ได้รับ (มาก)
ปัจจัยด้านสถานที่	ที่ตั้งที่สะดวกใน การเดินทางมา (มาก)	ที่ตั้งที่สะดวกใน การเดินทางมา (มาก)	ที่ตั้งที่สะดวกใน การเดินทางมา (มาก)	ที่ตั้งที่สะดวกใน การเดินทางมา (มาก)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	การมีพนักงาน แนะนำอาหารและ เครื่องดื่ม (P.G.) (มาก)	การมีพนักงาน แนะนำอาหารและ เครื่องดื่ม (P.G.) (มาก)	การมีพนักงาน แนะนำอาหารและ เครื่องดื่ม (P.G.) (มาก)	การมีพนักงาน แนะนำอาหารและ เครื่องดื่ม (P.G.) (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานดูแลเอาใจ ใส่และมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ (มาก)	พนักงานดูแลเอาใจ ใส่และมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ (มาก)	พนักงานดูแลเอาใจ ใส่และมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ (มาก)	พนักงานดูแลเอาใจ ใส่และมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ (มาก)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	การจองโต๊ะ ล่วงหน้าทำได้ สะดวก ได้โต๊ะจริง (มาก)	การจองโต๊ะ ล่วงหน้าทำได้ สะดวก ได้โต๊ะจริง (มาก)	การจองโต๊ะ ล่วงหน้าทำได้ สะดวก ได้โต๊ะจริง (มากที่สุด)	การจองโต๊ะ ล่วงหน้าทำได้ สะดวก ได้โต๊ะจริง (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	การถ่ายเทอากาศที่ดี ภายในร้าน (มาก)	การถ่ายเทอากาศที่ ดีภายในร้าน (มาก)	การถ่ายเทอากาศที่ ดีภายในร้าน (มาก)	การถ่ายเทอากาศที่ ดีภายในร้าน (มาก)

ตารางที่ 5.7 แสดงสรุประดับความพึงพอใจสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามภูมิลำเนา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ภูมิลำเนา	
	จังหวัดเชียงใหม่	จังหวัด อื่นๆ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (มากที่สุด)	แนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้าน (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	การมีป้ายราคาอาหาร/ เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ปานกลาง)	การมีป้ายราคาอาหาร/ เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านสถานที่	ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง มา (มาก)	ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง มา (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	การมีพนักงานแนะนำอาหาร และเครื่องดื่ม (P.G.) (มาก)	การมีพนักงานแนะนำอาหาร และเครื่องดื่ม (P.G.) (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมี ความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ (มาก)	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมี ความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้ สะดวก ได้โต๊ะจริง (มากที่สุด)	การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้ สะดวก ได้โต๊ะจริง (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	การถ่ายเทอากาศที่ดีภายใน ร้าน (มาก)	การถ่ายเทอากาศที่ดีภายใน ร้าน (มาก)

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทั้งในกลุ่มลูกค้าของร้านอาหาร หัวลำโพง สเตชั่น จังหวัดเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า นอกจากรสชาติของอาหารแล้ว ลูกค้าส่วนใหญ่ยังให้ความพึงพอใจกับแนวเพลง/ดนตรีที่เปิดในร้านเป็นอย่างมาก และยังพบว่ากรณีที่ทางร้านเปิดเพลงไพเราะ จัดเป็นเหตุผลหลักที่ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกมาใช้บริการที่ร้านอาหารหัวลำโพงสเตชั่น ดังนั้น ทางร้านจึงควรให้ความสำคัญกับจุดขายนี้ให้มากเป็นพิเศษ โดยจัดหาแนวเพลงที่ตรงกับรสนิยมของกลุ่มลูกค้ามาเปิด เช่น เพลงอินดี้ แต่ในขณะเดียวกันให้คงไว้ซึ่งความหลากหลายและทันสมัยของแนวเพลงด้วย โดยอาศัยความสามารถของมีโอซีพอย่างดีเยี่ยมช่วยเลือกเพลงและสร้างสีสันให้กับดนตรีอันเป็นจุดขายหลักของร้าน ไปถึงการวางแผนร่วมกันกับฝ่ายนักดนตรีในเรื่องของแนวเพลงของแต่ละวง ให้มีความเหมาะสมกับช่วงเวลาให้บริการเพื่อให้วงดนตรีแต่ละวงมีความชัดเจนในการเล่นดนตรีแต่แนวเพลง โดยประกาศให้ลูกค้าได้ทราบว่าจะวงดนตรีแนวไหนเล่นช่วงเวลาใดบ้าง เพื่อให้ลูกค้าที่ชอบแนวเพลงแต่ละแนวได้กะระยะเวลาในการมาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง และควรมีการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ของทางร้านให้เป็นร้านภัตตาคารกึ่งผับ (Pub & Restaurant) ที่เน้นเรื่องของแนวเพลงอินดี้ รวมถึงการแสดงดนตรีสด ให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มนักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน หรือผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว เนื่องจากกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของทางร้านซึ่งมีถึงร้อยละ 93 ของปริมาณลูกค้าทั้งหมด เพื่อให้ร้านหัวลำโพง สเตชั่น เป็นร้านที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายนึกถึง (Share of Heart) เป็นอันดับแรกของเชียงใหม่ เมื่อต้องการที่จะมาร้านภัตตาคารกึ่งผับ (Pub & Restaurant)

ในส่วนของอาหารและเครื่องดื่ม นอกจากการคงไว้ซึ่งรสชาติที่ดี ด้วยการเน้นคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารแล้ว ก็ควรให้ความสำคัญกับการตกแต่งอาหารในงานและการเลือกลักษณะรูปแบบของภาชนะ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน ที่มีรสนิยมร่วมสมัย การเลือกใช้ภาชนะที่มีรูปทรงสวยงามแปลกตา หรือความมีสีสันของภาชนะในบางเมนูจะช่วยให้อาหารดูเด่นขึ้นและน่ารับประทาน รวมถึงการตกแต่งอาหารให้มีสวยงาม เช่น การแกะสลักผักผลไม้ เป็นต้น นอกจากนั้น ควรมีการปรับปรุงรายการอาหารในเมนูให้มีความหลากหลายมากขึ้น มีการปรับเปลี่ยนเมนูใหม่ๆ ตามฤดูกาล หรือรายการอาหารที่คิดค้นขึ้นใหม่ๆ โดยให้พนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่มแก่ลูกค้าและเพิ่มรูปภาพอาหารและเครื่องดื่มประกอบ และปรับเปลี่ยนเมนูแบบตั้งโต๊ะใหม่เสมอเพื่อให้ลูกค้าได้ทราบว่ามีการอาหารและเครื่องดื่มพิเศษใดบ้าง

ปัจจัยด้านราคา ทางร้านควรพิจารณาการปรับราคาให้มีความเหมาะสมหรือการเพิ่มส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิกและลูกค้ากลุ่มเฉพาะที่มาใช้บริการเป็นประจำ เนื่องจากจากการศึกษาที่พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของร้านเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ทำธุรกิจส่วนตัว ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท แต่มีการค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการที่ร้านเพียง 200-400 บาทต่อคน ซึ่งถือว่าเป็นการใช้จ่ายที่ไม่มากนักเมื่อเทียบกับราคาของอาหารและเครื่องดื่มที่ทางร้านจำหน่าย แสดงให้เห็นว่ายังมีลูกค้าจำนวนมากที่มาที่ร้านเพื่อพึงเพลงเป็นหลักแต่สั่งอาหาร เครื่องดื่มเป็นรอง ทางร้านจึงควรจัดแคมเปญที่กระตุ้นการสั่งอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ให้มีการสะสมแต้ม หากมาใช้บริการครบกำหนด หรือครบตามยอดที่ทางร้านกำหนดไว้จะได้รับส่วนลดพิเศษเพิ่มอีกทบ เป็นต้น และควรที่จะเพิ่มปริมาณของอาหารบางชนิดให้มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้เกิดความเหมาะสมระหว่างราคาอาหารกับปริมาณของอาหาร หรือจัดการการส่งเสริมการขายในส่วนของการที่มีราคาแพงร่วมกับอาหารชนิดอื่น ๆ ในราคาที่ถูกลง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น ทางร้านควรมีการติดป้ายราคาอาหารและเครื่องดื่ม ให้ลูกค้าได้เห็นอย่างชัดเจน โดยปรับตัวอักษรที่แสดงราคาให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจน และระบุราคาอาหารแต่ละประเภทให้ชัดเจนในเมนูรายการอาหาร และให้มีหลายระดับราคาให้ลูกค้าได้เลือกโดยเฉพาะราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อขวด และราคามิกเซอร์ เป็นต้น และอาจพิจารณาปรับราคาเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ ลงบ้าง เนื่องจากพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ยังคิดว่าราคาเครื่องดื่มของร้านยังแพงกว่าร้านประเภทเดียวกันร้านอื่นๆ อยู่พอสมควร

ปัจจัยด้านสถานที่ นอกจากการรักษาสถานที่ให้มีความสะอาด สะดวก และปลอดภัยแล้ว ทางร้านควรจัดระเบียบการจัดพื้นที่จอดรถให้กับลูกค้า หรือเพิ่มบริการดูแลบริเวณที่จอดรถของลูกค้าให้ลูกค้ารู้สึกได้ถึงความปลอดภัย เนื่องจากพื้นที่จอดรถในโครงการเจเจมาร์เก็ตกับทางร้านหัวลำโพงเสตชัน นั้นอยู่ห่างกันพอสมควร ในตอนกลางคืนกลุ่มลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าสุภาพสตรีอาจรู้สึกไม่ปลอดภัยนัก จึงควรเพิ่มแสงสว่างและจัดให้มีผู้ดูแลสถานที่ที่มีความน่าเชื่อถือ จัดให้มีพนักงานด้านหน้าร้านที่สามารถแนะนำและแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงจุดที่ลูกค้าสามารถนำรถไปจอดได้ และควรให้มีพนักงานดูแลรถให้กับลูกค้าตลอดเวลาตั้งแต่เวลาเปิดร้านและปิดร้านเพื่อให้พนักงานคอยอำนวยความสะดวกในการรับรถดูแลรถให้แก่ลูกค้า และต้องให้ความสำคัญต่อการกำหนดเวลาเปิด-ปิดร้านที่แน่นอน เพื่อให้ลูกค้าสามารถจดจำเวลาเปิด-ปิดที่ถูกต้องและสะดวกในการนัดหมายและการใช้บริการเป็นกลุ่ม รวมทั้งควรจัดที่นั่งรองรับลูกค้าได้อย่างเพียงพออีกด้วย

นอกจากนั้น ทางร้านอาจพิจารณาการขยายเพิ่มสาขาไปยังย่านธุรกิจ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ด้วย เนื่องจากทางร้านได้มีการพัฒนาชื่อเสียงมาได้ในระยะหนึ่งแล้ว มีกลุ่มลูกค้าประจำที่ติดร้านพอสมควร และยังมีแหล่งท่องเที่ยวเกิดใหม่ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่อีกหลายย่าน เช่น ย่านหลังมหาวิทยาลัยพายัพ ย่านตลาดเชิงคอย เป็นต้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความพึงพอใจเพียงในระดับปานกลางต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านอาหารหัวลำโพง สเตชั่น ซึ่งจัดอยู่ในลำดับต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านอื่นๆ ของทางร้าน ทางร้านจึงควรเร่งปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว โดยต้องให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดลูกค้าและสร้างความพึงพอใจ โดยการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาอาหารและเครื่องดื่มในช่วงวัน/เวลาที่มีลูกค้าไม่หนาแน่น เช่น วันพุธกลางสัปดาห์ การจัดโปรโมชั่นดังกล่าวจะเป็นการดึงดูดและกระจายความหนาแน่นของลูกค้าให้หันมาเลือกใช้บริการเวลาอื่นๆ และยังเป็นการลดความหนาแน่นของลูกค้าในช่วงเวลาช่วงเวลาหลัง 20.00 น. เป็นต้นไป และช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ นอกจากนี้อาจจะจัดโปรโมชั่นลดราคาอาหารเมื่อมีการใช้บริการในจำนวนที่สูง หรือมีการนำคูปองมาแลกเครื่องดื่มสูตรพิเศษ การจัดรายการส่งเสริมการตลาดลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อขวด หรือส่งเสริมการตลาดด้านซื้อ 1 แถม 1 เพื่อเพิ่มจำนวนผู้มาใช้บริการในช่วงเวลาดังกล่าว ควรทำการส่งเสริมการขายในเรื่องการให้ส่วนลดตามเทศกาล หรือโอกาสต่างๆ ให้มากขึ้น หรือมีการจัดทำบัตรสะสมคะแนนขึ้น เมื่อลูกค้าสะสมคะแนนได้ครบ สามารถนำมาแลกกับประทานอาหารได้ฟรีในจำนวนเงินตามที่ทางร้านกำหนด หรือนำมาแลกเป็นส่วนลดค่าอาหารในครั้งต่อไปได้ การทำเช่นนั้นนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้นแล้ว ยังสามารถกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการของทางร้านเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

และเนื่องจากปัจจุบันกระทรวงสาธารณสุข พรบ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ฉบับที่ 4 มาตรา 3(3) การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย (สำนักควบคุมการบริโภคยาสูบ, 2553: ออนไลน์) ซึ่งมีความผิดตามกฎหมาย ทำให้ทางร้านมีข้อจำกัดในการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นทางร้านควรปรับเปลี่ยนจากการให้ส่วนลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นการแจกของที่ระลึกจากทางร้าน เช่น เสื้อยืด หรือ แก้วน้ำที่มีโลโก้ของทางร้าน เมื่อลูกค้าใช้บริการตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ เป็นต้น

ปัจจัยด้านบุคลากร เพื่อให้การบริการลูกค้าในด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับที่ได้มาตรฐาน และเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจยิ่งขึ้น ทางร้านควรปรับปรุงการให้บริการโดยพนักงานให้ดีขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากพนักงานเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดลูกค้ามากที่สุด จึงควรให้ความสำคัญในเรื่องของพนักงานที่มีหน้าที่ให้บริการในทุกๆ ด้าน เริ่มจากการการฝึกอบรมให้แก่พนักงานทุกระดับของร้าน เพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานในการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เนื่องจากจากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยในเรื่องของการบริการอย่างรวดเร็วและถูกต้องนั้น ได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในระดับน้อย ซึ่งอาจจะมาจากการที่มีพนักงานไม่เพียงพอในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น ทางร้านจึงควรจัดหมุนเวียนกะของพนักงานให้มีความเหมาะสมเพียงพอ มีการจ้างพนักงานชั่วคราวในบางช่วง เช่น ในช่วงเทศกาล หรืองานคอนเสิร์ตต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนั้น ในการให้บริการพนักงานควรได้รับการอบรมให้มีความยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยดีในการให้บริการ อีกทั้งควรมีการพัฒนาความรู้ ความชำนาญในการให้บริการทั้งในด้านผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มอย่างเป็นมืออาชีพ เมื่อลูกค้ามาใช้บริการ พนักงานต้อนรับต้องมีทิวอาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน แสดงออกถึงความรับผิดชอบ เมื่อเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ และมีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่วางใจได้ เช่น ในการรับเงิน ทอนเงิน เก็บทิป และต้องมีความกระตือรือร้น และความใส่ใจ ให้บริการด้วยความรวดเร็วถูกต้อง และจัดให้มีการประชุมพนักงานทุกวันก่อนเริ่มทำงานเพื่อสร้างทัศนคติและขวัญกำลังใจที่ดีต่อการปฏิบัติงานในทุกๆ วัน

ปัจจัยด้านกระบวนการ ทางร้านต้องให้ความสำคัญต่อกระบวนการที่รวดเร็ว โดยทางร้านอาจจัดให้มีชั้นตอน หรือกระบวนการในการให้บริการที่มีระบบระเบียบ เริ่มตั้งแต่ชั้นตอนการจองโต๊ะ โดยพนักงานผู้รับจองผ่านโทรศัพท์เพื่อให้ลูกค้าได้แน่ใจได้ว่าจะได้โต๊ะถูกต้องตามจริง ควรกำหนดผู้รับผิดชอบด้านการจองโดยเฉพาะเพื่อป้องกันการสับสน จนถึงการต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการโดยพนักงานต้อนรับ การรับรายการอาหารจากลูกค้าโดยพนักงานเสิร์ฟ การส่งอาหารตามรายการที่ลูกค้าสั่งอย่างครบถ้วน การดูแลลูกค้าระหว่างรับประทานอาหาร และการจัดเก็บค่าบริการจากลูกค้า และควรจัดฝึกอบรมความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับส่วนผสมในอาหารและเครื่องดื่มให้แก่พนักงาน เพื่อพนักงานจะสามารถอธิบายให้แก่ลูกค้าได้หากลูกค้าสอบถามถึงส่วนผสมของอาหารชนิดนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเมนูใหม่ๆ หรือเมนูอาหาร-เครื่องดื่มตามฤดูกาล นอกจากนั้นควรให้ความสำคัญกับการรับชำระเงินอย่างถูกต้องรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวันศุกร์ และวันเสาร์ ซึ่งมีจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านอย่างหนาแน่น และต้องกำชับถึงการ

ให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค รวดเร็ว และถูกต้อง มีการทวนคำสั่งรายการอาหารลูกค้าทุกครั้ง เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษา พบว่า หนึ่งในปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดและมีลูกค้ากล่าวถึงว่าเป็นปัญหามากที่สุดนั่นคือความสะอาดและความเพียงพอของห้องน้ำที่ทางร้านจัดไว้ให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มลูกค้าสุภาพสตรี ดังนั้น ทางร้านจึงควรแจ้งไปยังส่วนกลาง เพื่อพิจารณาปรับปรุง ต่อเติม พื้นที่ให้บริการสุขาเพิ่มเติมให้มีความเหมาะสมพอเพียงต่อจำนวนลูกค้าในช่วงแออัด และควรมีการแยกห้องน้ำชายหญิง และห้องน้ำของลูกค้ากับพนักงานอย่างชัดเจนไม่ปะปน ในห้องน้ำ ควรมีผู้ทำความสะอาดคอยดูแลอยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลา 21-24 น. ควรมีผู้คอยเติมก้อนดับกลิ่น หรือฉีดน้ำหอมลดกลิ่นอับ และจัดให้มีกระดาษทิชชูพร้อมอยู่เสมอ และตกแต่งให้มีความสวยงามดูมีรสนิยมยิ่งขึ้น และอาจมีการกำหนดพื้นที่สำหรับผู้สูบบุหรี่ให้ชัดเจน และมีระบบการติดตั้งเครื่องฟอกอากาศหรือระบบพัดลมดูดควันเพื่อถ่ายเทอากาศภายในที่ดี

ในส่วนของบรรยากาศภายในร้าน ต้องให้ความสำคัญต่อความสะอาดของทั้งสถานที่และเครื่องมือเครื่องใช้ภายในร้านเนื่องจากจะแสดงถึงสุขอนามัยที่ดี และทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยในการมาใช้บริการ พื้นที่ภายในร้านควรจัดให้มีที่นั่งอย่างเพียงพอ ไม่อึดอัด เก้าอี้ควรนั่งได้สบาย การตกแต่งร้านให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของร้านหัวลำโพงที่มีความทันสมัยแต่มีกลิ่นอายย้อนยุคแบบมีรสนิยม แต่ควรมีการปรับเปลี่ยนสไตล์บ้างตามกาลเวลาและให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้นคุณภาพของเครื่องเสียง อุปกรณ์โทรทัศน์ต่างๆ ก็ต้องให้มีการปรับปรุงอย่างเหมาะสม โดยหมั่นตรวจเช็คอุปกรณ์เสมอ หากมีการชำรุดให้รีบดำเนินการซ่อมแซมและมีผู้ควบคุมดูแลการปรับแต่งแสงสีเสียงให้ใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพอยู่ตลอดเวลา พร้อมรับมือกับงานคอนเสิร์ตหรือกิจกรรมต่างๆ ได้ทันที