บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะในการให้บริการของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	159	39.75
หญิง	241	60.25
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.25 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 39.75

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	13	3.25
21 – 30 ปี	36	9.00
31 – 40 ปี	216	54.00
41 – 50 ปี	101	25.25
50 ปีขึ้นไป	34	8.50
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 25.25 และอายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 9.00

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	131	32.75
สมรส	257	64.25
อื่นๆ	12	3.00
รวม	**400**	**100.00**

อื่นๆ ได้แก่ หม้าย (8 ราย), ไม่ระบุ (4 ราย)

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 64.25 รองลงมาคือ สถานภาพโสด ร้อยละ 32.75 และสถานภาพอื่นๆ ร้อยละ 3.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	42	10.50
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	51	12.75
ปวส.หรืออนุปริญญา	90	22.50
ปริญญาตรี	183	45.75
สูงกว่าปริญญาตรี	34	8.50
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ร้อยละ 45.75 รองลงมาคือ ปวส.หรืออนุปริญญา ร้อยละ 22.50 และมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. ร้อยละ 12.75

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	14	3.50
ข้าราชการ	114	28.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	32	8.00
พนักงานบริษัทเอกชน	129	32.25
ธุรกิจส่วนตัว	77	19.25
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	15	3.75
อื่นๆ	19	4.75
รวม	**400**	**100.00**

อื่นๆ ได้แก่ เกษียณอายุ (8 ราย), ว่างงาน (5 ราย) รับจ้างทั่วไป (2 ราย) และ ไม่ระบุ (4 ราย)

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ คือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 32.25 รองลงมาคือ ข้าราชการ ร้อยละ 28.50 และธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 19.25

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	44	11.00
10,001 – 15,000 บาท	57	14.25
15,001 – 20,000 บาท	99	24.75
20,001 – 25,000 บาท	139	34.75
25,000 บาทขึ้นไป	61	15.25
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.6 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 34.75 รองลงมาคือ 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 24.75 และ 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 14.25

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ที่มาใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

ความถี่ที่มาใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละครั้งหรือต่ำกว่า	69	17.25
สัปดาห์ละครั้ง	120	30.00
2 ครั้งต่อสัปดาห์	176	44.00
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	24	6.00
มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์	11	2.75
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความถี่ที่มาใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 30.00 และเดือนละครั้งหรือต่ำกว่า ร้อยละ 17.25

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มาใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

วันที่มาใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์-วันพฤหัสบดี	144	36.00
วันศุกร์	57	14.25
วันเสาร์	39	9.75
วันอาทิตย์	130	32.50
วันหยุดเทศกาล	30	7.50
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.8 พบว่า วันที่มาใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ วันจันทร์-วันพฤหัสบดี ร้อยละ 36.00 รองลงมาคือ วันอาทิตย์ ร้อยละ 32.50 และวันศุกร์ ร้อยละ 14.25

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการมาใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

ช่วงเวลาในการมาใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง	จำนวน	ร้อยละ
ก่อนเวลา 10.00 น.	18	4.50
ช่วงเวลา 10.01-12.00 น.	92	23.00
ช่วงเวลา 12.01 - 15.00 น.	183	45.75
ช่วงเวลา 15.01 – 18.00 น.	41	10.25
หลังเวลา 18.00 น.	66	16.50
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ช่วงเวลาในการมาใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ช่วงเวลา 12.01 - 15.00 น. ร้อยละ 45.75 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 10.01-12.00 น. ร้อยละ 23.00 และหลังเวลา 18.00 น. ร้อยละ 16.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

บุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	138	34.50
บุคคลในครอบครัว	104	26.00
แฟน/คู่สมรส	18	4.50
ตัวท่านเอง	132	33.00
อื่นๆ	8	2.00
รวม	**400**	**100.00**

อื่นๆ ได้แก่ หัวหน้างาน (4 ราย), ญาติพี่น้อง (2 ราย) และ ไม่ระบุ (2 ราย)

จากตารางที่ 4.10 พบว่า บุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน ร้อยละ 34.50 รองลงมาคือ ตัวท่านเอง ร้อยละ 33.00 และบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 26.00

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการสั่งอาหาร

วิธีการสั่งอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ดูตามเมนู/รายการอาหาร	142	35.50
สั่งตามเพื่อนแนะนำ/เพื่อนร่วมโต๊ะสั่งให้	206	51.50
สั่งตามพนักงานแนะนำ	80	20.00
ดูจากราคาอาหารที่ถูก	11	2.75
สั่งตามป้ายแนะนำอาหาร	105	26.25
อื่นๆ	14	3.50

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ สั่งเหมือนเพื่อน (4 ราย) สั่งตามเมนูประจำ (3 ราย) สังเกตจากโต๊ะข้างเคียง (3 ราย) และไม่ระบุ (4 ราย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.11 พบว่า วิธีการสั่งอาหารของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ สั่งตามเพื่อนแนะนำ/เพื่อนร่วมโต๊ะสั่งให้ ร้อยละ 51.50 รองลงมาคือ ดูตามเมนู/รายการอาหาร ร้อยละ 35.50 และสั่งตามป้ายแนะนำอาหาร ร้อยละ 26.25

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทอาหารที่นิยมสั่งมารับประทาน

ประเภทอาหารที่นิยมสั่งมารับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นปลา	257	64.25
เย็นตาโฟ	210	52.50
เกาเหลา	117	29.25
ข้าวต้มปลา/ข้าวต้มกุ้ง	28	7.00
ลูกชิ้นปลาลวกกับน้ำจิ้ม	34	8.50
อื่นๆ	18	4.50

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นปลาต้มยำ (10 ราย) เกี๊ยวปลา (5 ราย) และไม่ระบุ (3 ราย)

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ประเภทอาหารที่นิยมสั่งมารับประทาน ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นปลา ร้อยละ 64.25 รองลงมาคือ เย็นตาโฟ ร้อยละ 52.50 และ เกาเหลา ร้อยละ 29.25

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเครื่องดื่มที่นิยมสั่งเป็นประจำ

ประเภทเครื่องดื่มที่นิยมสั่งเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
น้ำเปล่า	280	70.00
น้ำอัดลม	126	31.50
น้ำผลไม้/น้ำสมุนไพร	61	15.25
ชา/กาแฟ	24	6.00
อื่นๆ	3	0.75

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ชาเย็น (1 ราย) โอเลี้ยง (1 ราย) และไม่ระบุ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ประเภทเครื่องดื่มที่นิยมสั่งเป็นประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ น้ำเปล่า ร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ น้ำอัดลม ร้อยละ 31.50 และ น้ำผลไม้/น้ำสมุนไพร ร้อยละ 15.25

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	68	17.00
101-200 บาท	128	32.00
201-300 บาท	106	26.50
301-400 บาท	40	10.00
401-500 บาท	33	8.25
500 บาทขึ้นไป	25	6.25
รวม	**400**	**100.00**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 101-200 บาท ร้อยละ 32.00รองลงมาคือ 201-300 บาท ร้อยละ 26.50 และ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ร้อยละ 17.00

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่	**จำนวน**	**ร้อยละ**
อาหารอร่อย	289	72.25
ความสะอาด	110	27.50
ราคาถูก	25	6.25
ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	103	25.75
พนักงานบริการดี	21	5.25
เสิร์ฟอาหารรวดเร็ว	64	16.00
ร้านมีชื่อเสียงมายาวนาน	153	38.25
อื่นๆ	9	2.25

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆได้แก่ คนรู้จักแนะนำ (3 คน) ความสดของลูกชิ้นปลา (2 คน), รสชาติของอาหารมีความสม่ำเสมอ (2 คน) และ ไม่ระบุ (2 ราย)

จากตารางที่ 4.15 พบว่า เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ อาหารอร่อย ร้อยละ 72.25 รองลงมาคือ ความสะอาด ร้อยละ 27.50 และ ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ร้อยละ 25.75

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน สถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.1 รสชาติของอาหาร	305 (76.25)	52 (13.00)	29 (7.25)	14 (3.50)	0 (0.00)	4.62 (มากที่สุด)	1
1.2 ความสดของอาหาร	81 (20.25)	218 (54.50)	69 (17.25)	32 (8.00)	0 (0.00)	3.87 (มาก)	5
1.3 ความสะอาดของอาหาร	307 (76.75)	55 (13.75)	20 (5.00)	11 (2.75)	7 (1.75)	4.61 (มากที่สุด)	2
1.4 ความหลากหลายของเมนูอาหาร	79 (19.75)	221 (55.25)	60 (15.00)	40 (10.00)	0 (0.00)	3.85 (มาก)	6
1.5 รสชาติของเครื่องปรุง/น้ำจิ้ม	73 (18.25)	196 (49.00)	51 (12.75)	59 (14.75)	21 (5.25)	3.60 (มาก)	8
1.6 ความสะอาดของเครื่องปรุง/น้ำจิ้ม	75 (18.75)	199 (49.75)	56 (14.00)	44 (11.00)	26 (6.50)	3.63 (มาก)	7
1.7 รสชาติของเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้ ชา กาแฟ)	6 (1.50)	10 (2.50)	81 (20.25)	258 (64.50)	45 (11.25)	2.19 (น้อย)	11
1.8 ความหลากหลายของเมนูเครื่องดื่ม	23 (5.75)	62 (15.50)	175 (43.75)	88 (22.00)	52 (13.00)	2.79 (ปานกลาง)	10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.9	ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก	287 (71.75)	65 (16.25)	27 (6.75)	12 (3.00)	9 (2.25)	4.52 (มากที่สุด)	3
1.10	ความสม่ำเสมอของคุณภาพของอาหาร	85 (21.25)	216 (54.00)	62 (15.50)	37 (9.25)	0 (0.00)	3.87 (มาก)	4
1.11	การมีอาหารเมนูใหม่นำเสนอ	22 (5.50)	37 (9.25)	232 (58.00)	61 (15.25)	48 (12.00)	2.81 (ปานกลาง)	9
ค่าเฉลี่ยรวม							**3.67 (มาก)**	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.67)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.62) ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.61) และ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ความสม่ำเสมอของคุณภาพของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความสดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความหลากหลายของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความสะอาดของเครื่องปรุง/น้ำจิ้ม (ค่าเฉลี่ย 3.63) และรสชาติของเครื่องปรุง/น้ำจิ้ม (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ การมีอาหารเมนูใหม่นำเสนอ (ค่าเฉลี่ย 2.81) และ ความหลากหลายของเมนูเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.79)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ รสชาติของเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้ ชา กาแฟ) (ค่าเฉลี่ย 2.19)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.17 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 ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ	64 (16.00)	221 (55.25)	68 (17.00)	47 (11.75)	0 (0.00)	3.76 (มาก)	1
2.2 ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ถูกกว่าร้านอื่น	18 (4.50)	28 (7.00)	250 (62.50)	50 (12.50)	54 (13.50)	2.77 (ปานกลาง)	5
2.3 การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน	27 (6.75)	41 (10.25)	203 (50.75)	101 (25.25)	28 (7.00)	2.85 (ปานกลาง)	4
2.4 การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือก เช่น ขนาดธรรมดา หรือพิเศษ เป็นต้น	80 (20.00)	180 (45.00)	69 (17.25)	35 (8.75)	36 (9.00)	3.58 (มาก)	3
2.5 ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	72 (18.00)	210 (52.50)	60 (15.00)	38 (9.50)	20 (5.00)	3.69 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.33 (ปานกลาง)**	

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.69) และการมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือพิเศษ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.85) และ ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ถูกกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 2.77)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.18 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	295 (73.75)	62 (15.50)	26 (6.50)	8 (2.00)	9 (2.25)	4.57 (มากที่สุด)	1
3.2 ความใกล้แหล่งชุมชน	90 (22.50)	170 (42.50)	63 (15.75)	32 (8.00)	45 (11.25)	3.57 (มาก)	3
3.3 ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น	95 (23.75)	193 (48.25)	67 (16.75)	45 (11.25)	0 (0.00)	3.85 (มาก)	2
3.4 การมีที่จอดรถที่เพียงพอ	0 (0.00)	14 (3.50)	67 (16.75)	187 (46.75)	132 (33.00)	1.91 (น้อย)	6
3.5 เวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม	31 (7.75)	61 (15.25)	204 (51.00)	68 (17.00)	36 (9.00)	2.96 (ปานกลาง)	4
3.6 การมีบริการสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์	0 (0.00)	15 (3.75)	45 (11.25)	285 (71.25)	55 (13.75)	2.05 (น้อย)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.15 (ปานกลาง)**	

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.57)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ ความใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.57)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ เวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.96)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ การมีบริการสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.05) และการมีที่จอดรถที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 1.91)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.1 การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	0 (0.00)	21 (5.25)	31 (7.75)	295 (73.75)	53 (13.25)	2.05 (น้อย)	5
4.2 การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม	13 (3.25)	33 (8.25)	227 (56.75)	102 (25.50)	25 (6.25)	2.77 (ปานกลาง)	3
4.3 การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี	34 (8.50)	53 (13.25)	253 (63.25)	36 (9.00)	24 (6.00)	3.09 (ปานกลาง)	1
4.4 การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม	34 (8.50)	65 (16.25)	190 (47.50)	65 (16.25)	46 (11.50)	2.94 (ปานกลาง)	2
4.5 การให้การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน	9 (2.25)	12 (3.00)	75 (18.75)	257 (64.25)	47 (11.75)	2.20 (น้อย)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						**2.61 (ปานกลาง)**	

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.09) การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.94) และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.77) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ การให้การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.20) และการโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.05)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
5.1 พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	83 (20.75)	211 (52.75)	54 (13.50)	27 (6.75)	25 (6.25)	3.75 (มาก)	3
5.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	294 (73.50)	54 (13.50)	28 (7.00)	12 (3.00)	12 (3.00)	4.52 (มากที่สุด)	1
5.3 พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม	86 (21.50)	211 (52.75)	55 (13.75)	48 (12.00)	0 (0.00)	3.84 (มาก)	2
5.4 พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	82 (20.50)	156 (39.00)	69 (17.25)	44 (11.00)	49 (12.25)	3.45 (ปานกลาง)	5
5.5 พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี	31 (7.75)	49 (12.25)	265 (66.25)	33 (8.25)	22 (5.50)	3.09 (ปานกลาง)	7
5.6 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	27 (6.75)	62 (15.50)	260 (65.00)	34 (8.50)	17 (4.25)	3.12 (ปานกลาง)	6
5.7 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ้งลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น	89 (22.25)	173 (43.25)	61 (15.25)	41 (10.25)	36 (9.00)	3.60 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.62 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.62)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.52)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.84) พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ้งลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.45) พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.12) และพนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.09) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
6.1 การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน	150 (37.50)	212 (53.00)	38 (9.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.28 (มาก)	1
6.2 การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า	75 (18.75)	234 (58.50)	53 (13.25)	38 (9.50)	0 (0.00)	3.87 (มาก)	2
6.3 การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องตามที่สั่ง ไม่ผิดพลาด	59 (14.75)	221 (55.25)	59 (14.75)	36 (9.00)	25 (6.25)	3.63 (มาก)	3
6.4 การคิดเงินได้อย่างถูกต้อง ไม่ผิดพลาด	78 (19.50)	197 (49.25)	57 (14.25)	30 (7.50)	38 (9.50)	3.62 (มาก)	4
6.5 การคิดเงินได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า	22 (5.50)	40 (10.00)	208 (52.00)	99 (24.75)	31 (7.75)	2.81 (ปานกลาง)	6
6.6 การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกัน	11 (2.75)	7 (1.75)	84 (21.00)	258 (64.50)	40 (10.00)	2.23 (น้อย)	7
6.7 การบรรจุอาหารลงถุง/ใส่ห่อที่มีความเรียบร้อย ในกรณีที่สั่งอาหารกลับบ้าน	87 (21.75)	174 (43.50)	46 (11.50)	35 (8.75)	58 (14.50)	3.49 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.42 (ปานกลาง)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.28) การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องตามที่สั่ง ไม่ผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 3.63) และการคิดเงินได้อย่างถูกต้อง ไม่ผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ การบรรจุอาหารลงถุง/ใส่ห่อที่มีความเรียบร้อย ในกรณีที่สั่งอาหารกลับบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.49) และ การคิดเงินได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 2.81)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกัน (ค่าเฉลี่ย 2.23)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
7.1 ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน	79 (19.75)	207 (51.75)	56 (14.00)	41 (10.25)	17 (4.25)	3.73 (มาก)	3
7.2 ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม	147 (36.75)	211 (52.75)	42 (10.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.26 (มาก)	1
7.3 ความสะอาดของโต๊ะ-เก้าอี้ภายในร้าน	60 (15.00)	193 (48.25)	72 (18.00)	38 (9.50)	37 (9.25)	3.50 (มาก)	5
7.4 ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม	77 (19.25)	228 (57.00)	53 (13.25)	42 (10.50)	0 (0.00)	3.85 (มาก)	2
7.5 การจัดวางชุดเครื่องปรุง ช้อนส้อม ไม้จิ้มฟัน และกระดาษเช็ดปาก ที่ดูสะอาดเรียบร้อย	94 (23.50)	182 (45.50)	52 (13.00)	39 (9.75)	33 (8.25)	3.66 (มาก)	4
7.6 ความสวยงามภายในร้านโดยรวม	43 (10.75)	45 (11.25)	246 (61.50)	46 (11.50)	20 (5.00)	3.11 (ปานกลาง)	7
7.7 การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน	35 (8.75)	56 (14.00)	248 (62.00)	41 (10.25)	20 (5.00)	3.11 (ปานกลาง)	6
7.8 การจัดโทรทัศน์ไว้ให้ลูกค้าได้ชมระหว่างรับประทานอาหาร	19 (4.75)	26 (6.50)	258 (64.50)	64 (16.00)	33 (8.25)	2.84 (ปานกลาง)	8
7.9 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	14 (3.50)	12 (3.00)	75 (18.75)	256 (64.00)	43 (10.75)	2.25 (น้อย)	10
7.10 บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น	14 (3.50)	36 (9.00)	200 (50.00)	109 (27.25)	41 (10.25)	2.68 (ปานกลาง)	9
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.30 (ปานกลาง)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความสะอาดของภาชนะถ้วยชาม ช้อนส้อม (ค่าเฉลี่ย 3.85) ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.73) การจัดวางชุดเครื่องปรุง ช้อนส้อม ไม้จิ้มฟัน และกระดาษเช็ดปาก ที่ดูสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.66) และ ความสะอาดของโต๊ะ-เก้าอี้ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.11) ความสวยงามภายในร้านโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.11) การจัดโทรทัศน์ไว้ให้ลูกค้าได้ชมระหว่างรับประทานอาหาร (ค่าเฉลี่ย 2.84) และบรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 2.68) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.25)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.67	มาก	1
ปัจจัยด้านราคา	3.33	ปานกลาง	4
ปัจจัยด้านสถานที่	3.15	ปานกลาง	6
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.61	ปานกลาง	7
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.62	มาก	2
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.42	ปานกลาง	3
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.30	ปานกลาง	5

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ลูกค้าพบจากการใช้บริการที่ร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

- ที่จอดรถหายาก (5 ราย)
- เมนูอาหารควรมีรูปภาพประกอบ พร้อมบอกรายละเอียด (4 ราย)
- ควรจัดพนักงานให้มีจำนวนพอเพียงกับการให้บริการ (4 ราย)
- ป้ายร้านไม่ชัดเจน ทำให้หาร้านยาก (3 ราย)
- ควรมีห้องแอร์ไว้ให้บริการ (3 ราย)
- ควรมีขนาดโต๊ะใหญ่ให้มากกว่านี้ (2 ราย)
- ควรมีเมนูน้ำผลไม้สด (2 ราย)
- ควรเปิดสาขาเพิ่มแถวนิมมาน (1 ราย)
- ควรพัฒนาสูตรก๋วยเตี๋ยว หรือ เมนูใหม่ (1 ราย)
- ควรมีการทำโปรโมชั่นสะสมแต้ม เช่น ทาน 10 ชามฟรี 1 เป็นต้น (1 ราย)
- ควรมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าประจำ (1 ราย)
- ควรมีการ update ข้อมูลใน Facebook หรือสื่อออนไลน์ (1 ราย)
- ควรมีพนักงานที่พูดภาษาอังกฤษได้บ้างในกรณีที่พาลูกค้าต่างชาติไปใช้บริการ หรือมีเมนูภาษาอังกฤษประกอบภาพ (1 ราย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย n = 159	หญิง n = 241
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 รสชาติของอาหาร	4.51 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
1.2 ความสดของอาหาร	3.78 (มาก)	3.96 (มาก)
1.3 ความสะอาดของอาหาร	4.48 (มาก)	4.72 (มากที่สุด)
1.4 ความหลากหลายของเมนูอาหาร	3.49 (ปานกลาง)	4.16 (มาก)
1.5 รสชาติของเครื่องปรุง/น้ำจิ้ม	3.58 (มาก)	3.62 (มาก)
1.6 ความสะอาดของเครื่องปรุง/น้ำจิ้ม	3.48 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)
1.7 รสชาติของเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้ ชา กาแฟ)	1.85 (น้อย)	2.51 (ปานกลาง)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย **n = 159**	**หญิง** **n = 241**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
1.8 ความหลากหลายของเมนูเครื่องดื่ม	2.84 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
1.9 ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก	4.33 (มาก)	4.72 (มากที่สุด)
1.10 ความสม่ำเสมอของคุณภาพของอาหาร	3.57 (มาก)	4.18 (มาก)
1.11 การมีอาหารเมนูใหม่นำเสนอ	2.49 (น้อย)	3.15 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.49 (ปานกลาง)**	**3.84 (มาก)**

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.51) ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.48) และ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.73) ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.72) และ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.71) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	ชาย n = 159	หญิง n = 241
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ	4.08 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
2.2 ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ถูกกว่าร้านอื่น	2.83 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
2.3 การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน	2.86 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
2.4 การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น	3.49 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
2.5 ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.39 (ปานกลาง)**	**3.26 (ปานกลาง)**

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.70) และ การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.68) การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ	
	ชาย n = 159	**หญิง n = 241**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
3.1 ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา	4.56 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
3.2 ความใกล้แหล่งชุมชน	3.54 (มาก)	3.59 (มาก)
3.3 ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)
3.4 การมีที่จอดรถที่เพียงพอ	1.95 (น้อย)	1.88 (น้อย)
3.5 เวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม	2.90 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
3.6 การมีบริการสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์	2.08 (น้อย)	2.03 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.14 (ปานกลาง)**	**3.16 (ปานกลาง)**

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.56) ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ ความใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.16) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.57) ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ ความใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย n = 159	หญิง n = 241
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2.08 (น้อย)	2.03 (น้อย)
4.2 การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม	2.82 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)
4.3 การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี	3.18 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
4.4 การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม	2.97 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
4.5 การให้การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน	2.33 (น้อย)	2.11 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.68 (ปานกลาง)**	**2.57 (ปานกลาง)**

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.18) การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.97) และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.82) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.04) การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.92) และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.73) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ	
	ชาย n = 159	**หญิง n = 241**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
5.1 พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	3.86 (มาก)	3.68 (มาก)
5.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.49 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
5.3 พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.48 (ปานกลาง)	4.23 (มาก)
5.4 พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	3.48 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
5.5 พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี	3.07 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
5.6 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	3.08 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
5.7 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ้งลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น	3.57 (มาก)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.58 (มาก)**	**3.67 (มาก)**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.49) พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ้งลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 4.23) และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ	
	ชาย n = 159	หญิง n = 241
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน	4.33 (มาก)	4.25 (มาก)
6.2 การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า	3.80 (มาก)	3.91 (มาก)
6.3 การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องตามที่สั่ง ไม่ผิดพลาด	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)
6.4 การคิดเงินได้อย่างถูกต้อง ไม่ผิดพลาด	3.72 (มาก)	3.55 (มาก)
6.5 การคิดเงินได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า	2.78 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
6.6 การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกัน	2.15 (น้อย)	2.28 (น้อย)
6.7 การบรรจุอาหารลงถุง/ใส่ห่อที่มีความเรียบร้อย ในกรณีที่สั่งอาหารกลับบ้าน	3.41 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.40 (ปานกลาง)**	**3.43 (ปานกลาง)**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.33) การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.80) และ การคิดเงินได้อย่างถูกต้อง ไม่ผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.25) การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) และ การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องตามที่สั่ง ไม่ผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ	
	ชาย n = 159	หญิง n = 241
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน	3.79 (มาก)	3.68 (มาก)
7.2 ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม	4.30 (มาก)	4.24 (มาก)
7.3 ความสะอาดของโต๊ะ-เก้าอี้ภายในร้าน	3.48 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
7.4 ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)
7.5 การจัดวางชุดเครื่องปรุง ช้อนส้อม ไม้จิ้มฟัน และกระดาษเช็ดปาก ที่ดูสะอาดเรียบร้อย	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)
7.6 ความสวยงามภายในร้านโดยรวม	3.21 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
7.7 การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน	3.06 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
7.8 การจัดโทรทัศน์ไว้ให้ลูกค้าได้ชมระหว่างรับประทานอาหาร	2.81 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
7.9 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	2.52 (ปานกลาง)	1.98 (น้อย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ	
	ชาย n = 159	หญิง n = 241
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.10 บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น	2.63 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.33 (ปานกลาง)**	**3.27 (ปานกลาง)**

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม (ค่าเฉลี่ย 3.84) และ ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ			
	ชาย n = 159		หญิง n = 241	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.49	ปานกลาง	3.84	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.39	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง
ปัจจัยด้านสถานที่	3.14	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.68	ปานกลาง	2.57	ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.58	มาก	3.67	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.40	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.33	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.68) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.16) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.57) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ		
	ต่ำกว่า 31 ปี n = 49	31 – 40 ปี n = 216	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 135
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 รสชาติของอาหาร	4.49 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
1.2 ความสดของอาหาร	3.43 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)
1.3 ความสะอาดของอาหาร	4.45 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
1.4 ความหลากหลายของเมนูอาหาร	4.18 (มาก)	3.99 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
1.5 รสชาติของเครื่องปรุง/น้ำจิ้ม	3.43 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.70 (มาก)
1.6 ความสะอาดของเครื่องปรุง/น้ำจิ้ม	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)
1.7 รสชาติของเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้ ชา กาแฟ)	2.13 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.22 (น้อย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ		
	ต่ำกว่า 31 ปี n = 49	**31 – 40 ปี n = 216**	**มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 135**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
1.8 ความหลากหลายของเมนูเครื่องดื่ม	2.76 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
1.9 ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก	4.45 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
1.10 ความสม่ำเสมอของคุณภาพของอาหาร	3.74 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)
1.11 การมีอาหารเมนูใหม่นำเสนอ	3.51 (มาก)	2.70 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.65 (มาก)**	**3.67 (มาก)**	**3.66 (มาก)**

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.49) ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.45) และ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.44) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.65) ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.61) และ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.67) ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.65) และ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.55) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ		
	ต่ำกว่า 31 ปี n = 49	**31 – 40 ปี n = 216**	**มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 135**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
2.1 ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ	3.46 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.94 (มาก)
2.2 ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ถูกกว่าร้านอื่น	2.41 (น้อย)	2.52 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
2.3 การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน	2.98 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
2.4 การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
2.5 ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.42 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.17 (ปานกลาง)**	**3.27 (ปานกลาง)**	**3.51 (มาก)**

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.59) ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.46) และ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ถูกกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	อายุ		
	ต่ำกว่า 31 ปี n = 49	**31 – 40 ปี n = 216**	**มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 135**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
3.1 ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา	4.55 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
3.2 ความใกล้แหล่งชุมชน	3.35 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.71 (มาก)
3.3 ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น	3.76 (มาก)	3.83 (มาก)	3.90 (มาก)
3.4 การมีที่จอดรถที่เพียงพอ	2.00 (น้อย)	1.89 (น้อย)	1.90 (น้อย)
3.5 เวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม	2.92 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
3.6 การมีบริการสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์	2.10 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.10 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.11 (ปานกลาง)**	**3.13 (ปานกลาง)**	**3.19 (ปานกลาง)**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.55) ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.76) และ ความใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.35) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.59) ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.83) และ ความใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.53) ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ ความใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ		
	ต่ำกว่า 31 ปี n = 49	**31 – 40 ปี n = 216**	**มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 135**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
4.1 การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2.04 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.13 (น้อย)
4.2 การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม	2.84 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
4.3 การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี	3.54 (มาก)	3.01 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
4.4 การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม	3.52 (มาก)	2.92 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
4.5 การให้การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน	2.31 (น้อย)	2.15 (น้อย)	2.23 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.85 (ปานกลาง)**	**2.57 (ปานกลาง)**	**2.61 (ปานกลาง)**

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.54) การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.52) และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.84) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.01) การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.92) และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.79) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.03) การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.95) และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.71) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุ		
	ต่ำกว่า 31 ปี n = 49	**31 – 40 ปี n = 216**	**มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 135**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
5.1 พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	3.82 (มาก)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)
5.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.47 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
5.3 พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.84 (มาก)
5.4 พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	3.43 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
5.5 พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี	3.08 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)
5.6 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	3.22 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
5.7 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ้งลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.64 (มาก)**	**3.63 (มาก)**	**3.60 (มาก)**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.47) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.51) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.83) และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.84) และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ		
	ต่ำกว่า 31 ปี n = 49	**31 – 40 ปี n = 216**	**มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 135**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
6.1 การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน	4.20 (มาก)	4.26 (มาก)	4.34 (มาก)
6.2 การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า	3.96 (มาก)	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)
6.3 การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องตามที่สั่ง ไม่ผิดพลาด	3.59 (มาก)	3.69 (มาก)	3.56 (มาก)
6.4 การคิดเงินได้อย่างถูกต้อง ไม่ผิดพลาด	3.78 (มาก)	3.60 (มาก)	3.59 (มาก)
6.5 การคิดเงินได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า	2.98 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
6.6 การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกัน	2.24 (น้อย)	2.22 (น้อย)	2.23 (น้อย)
6.7 การบรรจุอาหารลงถุง/ใส่ห่อที่มีความเรียบร้อย ในกรณีที่สั่งอาหารกลับบ้าน	3.90 (มาก)	3.56 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.52 (มาก)**	**3.42 (ปานกลาง)**	**3.37 (ปานกลาง)**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.20) การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ การบรรจุอาหารลงถุง/ใส่ห่อที่มีความเรียบร้อย ในกรณีที่สั่งอาหารกลับบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.26) การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องตามที่สั่ง ไม่ผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.34) การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ การคิดเงินได้อย่างถูกต้อง ไม่ผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ		
	ต่ำกว่า 31 ปี n = 49	31 – 40 ปี n = 216	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 135
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน	3.57 (มาก)	3.72 (มาก)	3.79 (มาก)
7.2 ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม	4.22 (มาก)	4.26 (มาก)	4.28 (มาก)
7.3 ความสะอาดของโต๊ะ-เก้าอี้ภายในร้าน	3.65 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
7.4 ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม	3.73 (มาก)	3.85 (มาก)	3.90 (มาก)
7.5 การจัดวางชุดเครื่องปรุง ช้อนส้อม ไม้จิ้มฟัน และกระดาษเช็ดปาก ที่ดูสะอาดเรียบร้อย	3.83 (มาก)	3.73 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
7.6 ความสวยงามภายในร้านโดยรวม	3.16 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
7.7 การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน	3.06 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
7.8 การจัดโทรทัศน์ไว้ให้ลูกค้าได้ชมระหว่างรับประทานอาหาร	2.88 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
7.9 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	2.41 (น้อย)	2.19 (น้อย)	2.27 (น้อย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ		
	ต่ำกว่า 31 ปี n = 49	**31 – 40 ปี n = 216**	**มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 135**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
7.10 บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น	2.65 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.32 (ปานกลาง)**	**3.31 (ปานกลาง)**	**3.27 (ปานกลาง)**

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.22) การจัดวางชุดเครื่องปรุง ช้อนส้อม ไม้จิ้มฟัน และกระดาษเช็ดปาก ที่ดูสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.83) และ ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ การจัดวางชุดเครื่องปรุง ช้อนส้อม ไม้จิ้มฟัน และกระดาษเช็ดปาก ที่ดูสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อายุ					
	ต่ำกว่า 31 ปี n = 49		31 – 40 ปี n = 216		มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 135	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.65	มาก	3.67	มาก	3.66	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.17	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง	3.51	มาก
ปัจจัยด้านสถานที่	3.11	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	3.19	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.85	ปานกลาง	2.57	ปานกลาง	2.61	ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.64	มาก	3.63	มาก	3.60	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.52	มาก	3.42	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.32	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุต่ำกว่า 31 ปีสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11)และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ31 – 40 ปีสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.57) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท n = 101	**15,001 – 20,000 บาท n = 99**	**มากกว่า 20,000 บาท n = 200**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
1.1 รสชาติของอาหาร	4.60 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)
1.2 ความสดของอาหาร	3.86 (มาก)	3.92 (มาก)	3.85 (มาก)
1.3 ความสะอาดของอาหาร	4.55 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
1.4 ความหลากหลายของเมนูอาหาร	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)	3.87 (มาก)
1.5 รสชาติของเครื่องปรุง/น้ำจิ้ม	3.54 (มาก)	3.69 (มาก)	3.59 (มาก)
1.6 ความสะอาดของเครื่องปรุง/น้ำจิ้ม	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)	3.65 (มาก)
1.7 รสชาติของเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้ ชา กาแฟ)	2.20 (น้อย)	2.11 (น้อย)	2.22 (น้อย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท n = 101	**15,001 – 20,000 บาท n = 99**	**มากกว่า 20,000 บาท n = 200**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
1.8 ความหลากหลายของเมนูเครื่องดื่ม	2.71 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
1.9 ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก	4.52 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)
1.10 ความสม่ำเสมอของคุณภาพของอาหาร	3.86 (มาก)	4.01 (มาก)	3.81 (มาก)
1.11 การมีอาหารเมนูใหม่นำเสนอ	2.86 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.64 (มาก)**	**3.71 (มาก)**	**3.67 (มาก)**

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.60) ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.55) และ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.65) ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.63) และ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.67) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.62) และ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.47) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท n = 101	**15,001 – 20,000 บาท n = 99**	**มากกว่า 20,000 บาท n = 200**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
2.1 ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ	3.45 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)
2.2 ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ถูกกว่าร้านอื่น	2.46 (น้อย)	2.78 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
2.3 การมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน	2.44 (น้อย)	2.83 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
2.4 การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น	3.24 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.78 (มาก)
2.5 ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.31 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.91 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.98 (ปานกลาง)**	**3.31 (ปานกลาง)**	**3.51 (มาก)**

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.31) และ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.67) และ การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.91) ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 15,000 บาท n = 101	**15,001 – 20,000 บาท n = 99**	**มากกว่า 20,000 บาท n = 200**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
3.1 ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา	4.64 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
3.2 ความใกล้แหล่งชุมชน	3.35 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.68 (มาก)
3.3 ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น	3.87 (มาก)	3.78 (มาก)	3.87 (มาก)
3.4 การมีที่จอดรถที่เพียงพอ	1.94 (น้อย)	1.97 (น้อย)	1.86 (น้อย)
3.5 เวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม	3.08 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
3.6 การมีบริการสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์	2.11 (น้อย)	2.02 (น้อย)	2.04 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.17 (ปานกลาง)**	**3.16 (ปานกลาง)**	**3.13 (ปานกลาง)**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.64) ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ ความใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.35) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.16) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.67) ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ ความใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา (ค่าเฉลี่ย 4.48) ความใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ ความใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท n = 101	**15,001 – 20,000 บาท n = 99**	**มากกว่า 20,000 บาท n = 200**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
4.1 การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2.05 (น้อย)	2.03 (น้อย)	2.06 (น้อย)
4.2 การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม	3.51 (มาก)	2.54 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)
4.3 การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี	3.53 (มาก)	3.01 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
4.4 การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม	3.60 (มาก)	2.76 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
4.5 การให้การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน	2.25 (น้อย)	2.22 (น้อย)	2.16 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.99 (ปานกลาง)**	**2.51 (ปานกลาง)**	**2.47 (น้อย)**

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.60) การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.53) และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.01) การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.76) และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 2.92) การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.70) และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.52) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 15,000 บาท n = 101	**15,001 – 20,000 บาท n = 99**	**มากกว่า 20,000 บาท n = 200**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
5.1 พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	4.28 (มาก)	3.77 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.56 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
5.3 พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	4.49 (มาก)	3.89 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
5.4 พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	3.70 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
5.5 พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี	3.13 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
5.6 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	3.55 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
5.7 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ้งลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น	3.57 (มาก)	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.90 (มาก)**	**3.61 (มาก)**	**3.48 (ปานกลาง)**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 4.49) และพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.55) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.48) พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ้งลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 15,000 บาท n = 101	**15,001 – 20,000 บาท n = 99**	**มากกว่า 20,000 บาท n = 200**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
6.1 การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน	4.35 (มาก)	4.27 (มาก)	4.25 (มาก)
6.2 การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า	3.99 (มาก)	3.85 (มาก)	3.82 (มาก)
6.3 การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องตามที่สั่ง ไม่ผิดพลาด	3.86 (มาก)	3.77 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
6.4 การคิดเงินได้อย่างถูกต้อง ไม่ผิดพลาด	3.71 (มาก)	3.58 (มาก)	3.59 (มาก)
6.5 การคิดเงินได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า	2.89 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
6.6 การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกัน	2.28 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.17 (น้อย)
6.7 การบรรจุอาหารลงถุง/ใส่ห่อที่มีความเรียบร้อย ในกรณีที่สั่งอาหารกลับบ้าน	3.63 (มาก)	3.76 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.53 (มาก)**	**3.47 (ปานกลาง)**	**3.34 (ปานกลาง)**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.35) การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.99) และ การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องตามที่สั่ง ไม่ผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.27) การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องตามที่สั่ง ไม่ผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.25) การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.82) และ การคิดเงินได้อย่างถูกต้อง ไม่ผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 15,000 บาท n = 101	15,001 – 20,000 บาท n = 99	มากกว่า 20,000 บาท n = 200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)	3.63 (มาก)
7.2 ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม	4.26 (มาก)	4.32 (มาก)	4.24 (มาก)
7.3 ความสะอาดของโต๊ะ-เก้าอี้ภายในร้าน	3.65 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
7.4 ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม	4.20 (มาก)	3.87 (มาก)	3.67 (มาก)
7.5 การจัดวางชุดเครื่องปรุง ช้อนส้อม ไม้จิ้มฟัน และกระดาษเช็ดปาก ที่ดูสะอาดเรียบร้อย	3.71 (มาก)	3.81 (มาก)	3.57 (มาก)
7.6 ความสวยงามภายในร้านโดยรวม	3.54 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
7.7 การถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน	3.27 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
7.8 การจัดโทรทัศน์ไว้ให้ลูกค้าได้ชมระหว่างรับประทานอาหาร	2.95 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท n = 101	**15,001 – 20,000 บาท n = 99**	**มากกว่า 20,000 บาท n = 200**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
7.9 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	2.55 (ปานกลาง)	2.17 (น้อย)	2.13 (น้อย)
7.10 บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น	3.09 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.51 (มาก)**	**3.32 (ปานกลาง)**	**3.18 (ปานกลาง)**

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ การจัดวางชุดเครื่องปรุง ช้อนส้อม ไม้จิ้มฟัน และกระดาษเช็ดปาก ที่ดูสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม (ค่าเฉลี่ย 3.67) และ ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท n = 101		15,001 – 20,000 บาท n = 99		มากกว่า 20,000 บาท n = 200	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.64	มาก	3.71	มาก	3.67	มาก
ปัจจัยด้านราคา	2.98	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง	3.51	มาก
ปัจจัยด้านสถานที่	3.17	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.99	ปานกลาง	2.51	ปานกลาง	2.47	น้อย
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.90	มาก	3.61	มาก	3.48	ปานกลาง
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.53	มาก	3.47	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.51	มาก	3.32	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

(ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99)และ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน15,001 – 20,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.16)และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13)และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.47) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved