

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ และ ปัญหาของลูกค้าในการใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เคยใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยจากผลการศึกษา สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ความถี่ในการมาใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ วันที่มาใช้บริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ วันจันทร์-วันพฤหัสบดี ในช่วงเวลา 12.01 - 15.00 น. บุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ คือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน มีวิธีการสั่งอาหาร โดยสั่งตามเพื่อนแนะนำ/เพื่อนร่วมโต๊ะสั่งให้ ประเภทอาหารที่นิยมสั่งมารับประทาน ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นปลา ประเภทเครื่องดื่มที่นิยมสั่งเป็นประจำ น้ำเปล่า ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 201-300 บาท และ เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ คือ อาหารอร่อยตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ใน

ระดับมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่ และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือรสชาติของอาหาร รองลงมาคือ ความสะอาดของอาหาร และ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ รองลงมาคือ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย และ การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น และ ความใกล้แหล่งชุมชน ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี รองลงมาคือ การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน รองลงมาคือ การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า และ การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องตามที่สั่ง ไม่ผิดพลาด ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน โดยรวม รองลงมาคือ ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม และ ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ลูกค้าพบจากการใช้บริการที่ร้านก๊วยเตี๋ยวลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัญหาและข้อเสนอแนะ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ที่จอดรถหายากมาก รองลงมาคือ เมนูอาหารควรมีรูปภาพประกอบ พร้อมบอกรายละเอียดด้วย และ ควรจัดพนักงานให้มีจำนวนพอเพียงกับการให้บริการ ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนการตลาดบริการของร้านก๊วยเตี๋ยวลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนการตลาดบริการของร้านก๊วยเตี๋ยวลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนการตลาดบริการของร้านก๊วยเตี๋ยวลารสหนึ่ง 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

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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ รสชาติของอาหาร รองลงมาคือ ความสะอาดของอาหาร และ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ รสชาติของอาหาร รองลงมาคือ ความสะอาดของอาหาร และ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ รองลงมาคือ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย และ การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคา ให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น ตามลำดับ

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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดจุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น และ ความใกล้แหล่งชุมชน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.16) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดจุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น และ ความใกล้แหล่งชุมชน ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี รองลงมาคือ การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี รองลงมาคือ การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ และ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ้งลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน รองลงมาคือ การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า และ การคิดเงินได้อย่างถูกต้อง ไม่ผิดพลาด ตามลำดับ

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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน โดยรวม รองลงมาคือ ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม และ ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน โดยรวม รองลงมาคือ ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม และ ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๊วยเตี๋ยวลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๊วยเตี๋ยวลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 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

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 31 – 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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ รสชาติของอาหาร รองลงมาคือ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก และ ความสะอาดของอาหาร ตามลำดับ

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

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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น รองลงมาคือ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ และ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ รองลงมาคือ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย และ การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ รองลงมาคือ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย และ ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ถูกกว่าร้านอื่น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดจุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น และ ความใกล้แหล่งชุมชน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดจุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น และ ความใกล้แหล่งชุมชน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดจุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น และ ความใกล้แหล่งชุมชน ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี รองลงมาคือ การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี รองลงมาคือ การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม และการลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ

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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ ตามลำดับ

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

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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้า

เดินเข้ามาในร้าน รองลงมาคือ การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า และ การบรรจุอาหารลงถุง/ใส่ห่อที่มีความเรียบร้อย ในกรณีที่สั่งอาหารกลับบ้าน ตามลำดับ

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

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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม รองลงมาคือ การจัดวางชุดเครื่องปรุง ซ้อนส้อม ไม้จิ้มฟัน และกระดาษเช็ดปาก ที่ดูสะอาดเรียบร้อย และ ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ซ้อนส้อม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม รองลงมาคือ ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ซ้อนส้อม และ การจัดวางชุดเครื่องปรุง ซ้อนส้อม ไม้จิ้มฟัน และกระดาษเช็ดปาก ที่ดูสะอาดเรียบร้อย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม รองลงมาคือ ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ซ้อนส้อม และ ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (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 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ รสชาติของอาหาร รองลงมาคือ ความสะอาดของอาหาร และ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ รสชาติของอาหาร รองลงมาคือ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก และ ความสะอาดของอาหาร ตามลำดับ

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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มนั้นมีความเหมาะสมกับปริมาณ รองลงมาคือ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่คงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย และ การมีเมนูอาหาร/เครื่องดื่มหลายระดับราคาให้เลือกเช่น ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ เป็นต้น ตามลำดับ

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

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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดจุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น และความใกล้แหล่งชุมชน ตามลำดับ

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา รองลงมาคือ ความใกล้ชิดจุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ร้านขายยา เป็นต้น และ ความใกล้แหล่งชุมชน ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม รองลงมาคือ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี รองลงมาคือ การแถมน้ำแข็งเมื่อสั่งเครื่องดื่ม และ การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ

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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย

3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบังคับด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบังคับด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ็งลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น และ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบังคับด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบังคับด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน รองลงมาคือ การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า และ การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องตามที่สั่ง ไม่ผิดพลาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบังคับด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน รองลงมาคือ การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า และ การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องตามที่สั่ง ไม่ผิดพลาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบังคับด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน รองลงมาคือ การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า และ การคิดเงินได้อย่างถูกต้อง ไม่ผิดพลาด ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม รองลงมาคือ ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม และ ป้ายชื่อร้านที่มองเห็น ได้ชัดเจน ตามลำดับ

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม รองลงมาคือ ความสะอาดของภาชนะ ถ้วยชาม ช้อนส้อม และ ป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ให้บริการลูกค้า อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ยูพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2549) อันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สามารถอภิปรายผลการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับพลศิษฐ์ เกียรติเฉลิมพร (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของร้านอาหารตามสั่ง กวงโภชนา ในซอยลาซาหล เขตบางนา จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาญยุทธ จงพิพัฒนา

กุล (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้าน สะจิบัง ราเมน ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ รสชาติของอาหารซึ่งไม่สอดคล้องกับ พลศิษฐ์ เกียรติเฉลิมพร (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ อาหารมีความน่ารับประทาน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากุล (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ประเภทอาหารมีให้เลือกมากมาย

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับปริมาณ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พลศิษฐ์ เกียรติเฉลิมพร (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาใกล้เคียงกับผู้ขายรายอื่น และไม่สอดคล้องกับ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากุล (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ มีเมนูรายการแจ้งราคาไว้ชัดเจน

ปัจจัยด้านสถานที่ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา ซึ่งสอดคล้องกับ พลศิษฐ์ เกียรติเฉลิมพร (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งร้านสะดวก ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน และสอดคล้องกับ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากุล (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ มีความสะดวกอยู่ตามห้างสรรพสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ตัดสินใจในการเข้าร้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ การจัดน้ำชาไว้ให้บริการฟรี ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พลศิษฐ์ เกียรติเฉลิมพร (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากุล (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ มีส่วนลด 15% วันพฤหัสบดี, วันอาทิตย์

ปัจจัยด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากุล (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากุล (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ มีความรวดเร็วและคล่องตัวในการให้บริการในทุกขั้นตอนของกระบวนการบริการ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้านโดยรวม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากุล (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ มีการตกแต่งร้านทันสมัยทำให้ดึงดูดเข้าร้าน

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

5.3.1 ข้อค้นพบความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด น้อยที่สุด โดยสามารถสรุป 10 ลำดับระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นดังตารางที่ 5.1 – 5.2 ซึ่งมีข้อค้นพบดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม การตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	รสชาติของอาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	4.62	มากที่สุด
2	ความสะอาดของอาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	4.61	มากที่สุด
3	ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา	ด้านสถานที่	4.57	มากที่สุด
4	ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก	ด้านผลิตภัณฑ์	4.52	มากที่สุด
5	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการ	ด้านบุคลากร	4.52	มากที่สุด
6	การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้า เดินเข้ามาในร้าน	ด้านกระบวนการ ให้บริการ	4.28	มาก
7	ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน โดยรวม	ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	4.26	มาก
8	ความสม่ำเสมอของคุณภาพของ อาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	3.87	มาก
9	ความสดของอาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	3.87	มาก
10	การเสิร์ฟอาหาร/เครื่องดื่มได้อย่าง รวดเร็ว ไม่ล่าช้า	ด้านกระบวนการ ให้บริการ	3.87	มาก

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสม การตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รสชาติของอาหาร ลำดับถัดมา คือ ความสะอาดของอาหาร และ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมา ตามลำดับ

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม การตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	การมีที่จอดรถที่เพียงพอ	ด้านสถานที่	1.91	น้อย
2	การมีบริการสั่งซื้อผ่านทาง โทรศัพท์	ด้านสถานที่	2.05	น้อย
3	การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.05	น้อย
4	รสชาติของเครื่องดื่มน้ำผลไม้ ชา กาแฟ	ด้านผลิตภัณฑ์	2.19	น้อย
5	การให้การสนับสนุนกิจกรรม ของชุมชน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.20	น้อย
6	การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่าง เพียงพอ ไม่เบียดกัน	ด้านกระบวนการให้บริการ	2.23	น้อย
7	ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ ให้บริการ	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	2.25	น้อย
8	บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเอง และอบอุ่น	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	2.68	ปานกลาง
9	ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ถูกกว่า ร้านอื่น	ด้านราคา	2.77	ปานกลาง
10	การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.77	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสม การตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด 3 ลำดับแรก คือ การมีที่จอดรถที่เพียงพอ ลำดับถัด มา คือ การมีบริการสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ และการโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ตามลำดับ

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ของของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แต่ยังพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย คือ รสชาติของเครื่องดืม (น้ำผลไม้ ชา กาแฟ) และ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของเมนูเครื่องดื่ม และการมีอาหารเมนูใหม่แนะนำเสนอ ดังนั้นทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ควรมีการเร่งปรับปรุงในประเด็นดังกล่าวก่อน อาทิเช่น ปัจจัยย่อยด้านรสชาติของเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้ ชา กาแฟ) เนื่องจากทางร้านไม่ได้ผลิตเครื่องดื่มเองทั้งหมด แต่เป็นการรับจากผู้ผลิตภายนอก (Supplier) อีกทอดหนึ่ง จึงส่งผลทำให้ทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ไม่สามารถควบคุมรสชาติของเครื่องดื่มได้ อย่างไรก็ตามทางร้านควรมีการสรรหาผู้ผลิตภายนอก (Supplier) รายใหม่ โดยอาจจะทดลองสั่งจำนวนหนึ่ง เพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองรสชาติของเครื่องดื่มและพิจารณาข้อเสนอแนะจากลูกค้า ก่อนจะสั่งจากผู้ผลิตภายนอก (Supplier) รายใหม่ และทางร้าน ควรมีการสุ่มตรวจสอบรสชาติของเครื่องดื่มเป็นระยะๆอีกด้วย

และควรมีการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ของทางร้าน ให้เป็นร้านที่เน้นเรื่องของคุณภาพของอาหาร ความสะอาดและความสดของลูกชิ้นปลา เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ในกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ หรือผู้ประกอบการส่วนตัว เนื่องจากกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของทางร้าน ซึ่งมีถึงร้อยละ 80 ของปริมาณลูกค้าทั้งหมด และเพื่อให้ร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่งเป็นร้านที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายนึกถึง เป็นอันดับแรกของเชียงใหม่ เมื่อต้องการทานก๋วยเตี๋ยวปลา โดยทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ควรสร้างคุณค่าให้ลูกค้ารับรู้ถึงวัตถุดิบคุณภาพเยี่ยมที่ใช้ในร้าน รวมถึงวิธีการคัดปลาเพื่อนำมาทำลูกชิ้นปลาสูตรเฉพาะของทางร้าน โดยมีป้ายตั้งโต๊ะ เพื่อบอกถึงวิธีการคัดสรรวัตถุดิบต่างๆของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ที่ใช้วัตถุดิบเนื้อปลาสด ไม่ผสมแป้ง ซึ่งเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง และเพื่อให้ลูกค้ามีการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) ไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลทำให้ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้นต่อไป ซึ่งจะส่งผลให้ทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง สามารถเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าในประเด็นดังกล่าวอีกด้วย

ในส่วนของการอาหารและเครื่องดื่ม นอกจากการคงไว้ซึ่งรสชาติที่ดี ด้วยการเน้นคุณภาพของวัตถุดิบเนื้อปลาสดที่นำมาปรุงอาหารแล้ว ก็ควรให้ความสำคัญกับการตกแต่งอาหารในงานและการเลือกลักษณะรูปแบบของภาชนะ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงาน ควรมีการปรับปรุงรายการอาหารในเมนูให้มีความหลากหลายมากขึ้น มีการปรับเปลี่ยนเมนูใหม่ๆ หรือรายการอาหารที่คิดค้นขึ้นใหม่ๆ โดยให้พนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่มแก่ลูกค้าและเพิ่มรูปภาพอาหารและเครื่องดื่มประกอบ และปรับเปลี่ยนเมนูแบบตั้งโต๊ะใหม่เสมอเพื่อให้ลูกค้าได้ทราบว่ามีการอาหารและเครื่องดื่มพิเศษใดบ้าง

นอกจากนั้น จากการศึกษายังพบว่า กลุ่มลูกค้าเพศชายมีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์ต่ำกว่า กลุ่มลูกค้าเพศหญิง ดังนั้น หากทางร้านก๊วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ต้องการลูกค้ากลุ่มเพศชายมากยิ่งขึ้น ควรปรับปรุงปัจจัยย่อยด้านรสชาติของเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้ ชา กาแฟ) และการมีอาหารเมนูใหม่นำเสนอ อย่างเร่งด่วน เนื่องจากลูกค้ากลุ่มดังกล่าวมีความพึงพอใจในปัจจุบันในระดับน้อย โดยในอนาคตทางร้านอาจพิจารณาผลิตเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้ ชา กาแฟ) เอง เพื่อให้ทางร้านสามารถควบคุมคุณภาพ และรสชาติของเครื่องดื่มให้มีความสม่ำเสมอได้อีกด้วย

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านราคา และปัจจัยย่อยด้านราคา ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ถูกกว่าร้านอื่น และการมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน ดังนั้นทางร้านก๊วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ควรมีการติดป้ายราคาอาหารและเครื่องดื่ม ให้ลูกค้าได้เห็นอย่างชัดเจน โดยปรับตัวอักษรที่แสดงราคาให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจน และระบุราคาอาหารแต่ละประเภทให้ชัดเจนในเมนูรายการอาหาร และให้มีหลายระดับราคาให้ลูกค้าได้เลือกโดยเฉพาะราคาลูกชิ้นปลาถวกับน้ำจิ้ม ขนาดธรรมดา หรือ พิเศษ รวมถึงราคาเครื่องดื่ม อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากในปัจจุบัน ทางร้านก๊วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ได้สั่งเครื่องดื่มบางประเภท เช่น น้ำผลไม้ ชา กาแฟ เป็นต้น จากผู้ผลิตภายนอก ทำให้ไม่สามารถกำหนดราคาจากต้นทุนการผลิตโดยตรงได้ แต่ต้องบวกกำไรเพิ่มจากราคาที่รับมา ดังนั้น ทางร้านก๊วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อาจแก้ไขโดยการเลือกซื้อเครื่องดื่มจากผู้ผลิตรายอื่น หรือหันมาผลิตเครื่องดื่มของทางร้านเอง เพื่อควบคุมต้นทุนและราคาขายให้มีราคาต่ำลงได้ หรือ อาจจะใช้การส่งเสริมการขายเพิ่มเติม เช่น เมื่อน้ำผลไม้ช่วงเย็นหลัง 15.00 น. ลด 20% เป็นต้น เพื่อเป็นการลดสต็อกของเครื่องดื่มน้ำผลไม้ที่มีโอกาสเสีง่ายกว่าเครื่องดื่มประเภทอื่น และยังเป็น การเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าในประเด็นเรื่องราคาเครื่องดื่มของทางร้านได้อีกด้วย

นอกจากนี้ทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง ควรมีการสื่อสารในลูกค้ารับทราบคุณภาพของวัตถุดิบที่ทางร้านใช้ เช่น ร้านใช้ลูกชิ้นปลาแท้ไม่ผสมแป้ง เป็นต้น และส่งเสริมให้มาเป็นภาพลักษณ์ ประจำร้าน ทางร้านควรแสดงข้อความหรือบทความที่เกี่ยวกับความเป็นมาและขั้นตอนการผลิตลูกชิ้นปลาของทางร้านบนป้ายตามโต๊ะ โดยเน้นให้เห็นว่าวัตถุดิบของร้านนั้นมีความแตกต่างจากของที่อื่นๆ ที่การคัดสรรเนื้อปลาสด สะอาด เพื่อให้ได้ความหอมของเนื้อปลาและรสชาติที่ดี อีกด้วย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกคุ้มค่า และเต็มใจจะจ่าย (Willingness to Pay) ในราคาที่สูงกว่าก๋วยเตี๋ยวปลาตามท้องตลาดโดยทั่วไป

และจากการศึกษาพบว่า กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 20,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ถูกกว่าร้านอื่น และการมีป้ายราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่ชัดเจน ในระดับน้อย ดังนั้น หากทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง ต้องการลูกค้ากลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น อาจจะใช้วิธีการ Cross Selling หรือ การกำหนดเมนูราคาพิเศษ เช่น ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นปลาล้วน พร้อมเครื่องดื่ม (ชาเย็น / ชาดำเย็น / ชามะนาว / กาแฟเย็น) ในราคา 45 บาท (ราคาปกติคือ 50 บาท) เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มนี้ เกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การมีที่จอดรถที่เพียงพอ และการมีบริการสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ ส่วนปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ เวลาเปิด-ปิด ที่เหมาะสม ดังนั้นทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง จึงต้องอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่เดินทางมาใช้บริการมากขึ้น เช่น การจัดพื้นที่จอดรถให้กับลูกค้าของร้าน โดยเฉพาะ หรือหาเช่าพื้นที่จอดรถในบริเวณใกล้เคียงเพิ่มเติม รวมถึงการปรับปรุงป้ายด้านหน้าร้านใหม่ ระบุเวลาเปิด-ปิดในชัดเจน (8.00 น. – 20.00 น.) เพื่อให้ลูกค้ามองเห็น ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น ทำป้ายธงญี่ปุ่นวางไว้ริมถนนเพื่อเป็นบริเวณที่สามารถจอดรถได้ให้แก่ลูกค้า เป็นต้น

นอกจากนี้ควรนำเสนอการให้บริการการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ อย่างเป็นทางการ เพื่อรับรองลูกค้าในช่วงเวลาเร่งด่วน เช่น ช่วงพักกลางวันของพนักงาน เป็นต้น โดยแจ้งขั้นตอนการรับ Order ให้กับพนักงานทุกคนปฏิบัติตาม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น โดยควรแบ่งกระบวนการในการรับ Order ทางโทรศัพท์ ออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

กระบวนการก่อนการสั่งซื้อ

เริ่มต้นตั้งแต่ลูกค้าโทรเข้ามาที่ร้าน พนักงานจะต้องกล่าวสวัสดิทักทายด้วยความสุภาพและเป็นมิตรทุกครั้งก่อนเริ่มบทสนทนา และหากลูกค้าเป็นลูกค้ารายใหม่ คือไม่ทราบเมนูของทางร้านหรือไม่ทราบว่าควรจะสั่งอาหาร/เครื่องดื่มชนิดใด ทางร้านกัวยเดียวปลา รสหนึ่ง ควรมีการชี้แจงรายละเอียดของแต่ละเมนู รวมถึงมีการสอบถามข้อมูลลูกค้าเบื้องต้นด้วย เช่น โดยปกติแล้วลูกค้าชอบทานกัวยเดียวน้ำธรรมดา หรือ ดั้มยำ เป็นต้น และควรมีการชี้แจงคุณภาพของลูกชิ้นปลาของทางร้านมีความแตกต่างจากร้านอื่นโดยทั่วไปอย่างไร

หลังจากนั้น หากลูกค้าสั่งซื้ออาหารของทางร้านแล้ว ควรมีการสรุปค่าใช้จ่ายและตารางนัดหมาย หรือเวลาที่ลูกค้าจะเข้ามาหรือมารับอาหาร เพื่อความสะดวกของลูกค้า และง่ายต่อการจัดการของทางร้าน อีกทั้งยังเป็นการรักษาคุณภาพอาหารไว้อีกด้วย โดยจัดทำตารางเวลานัดหมายที่ชัดเจนระบุชื่อลูกค้าและขอเบอร์โทรศัพท์ติดต่อเพื่อโทรแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ลูกค้าได้นัดหมายไว้

กระบวนการหลังการสั่งซื้อ

ภายหลังจากที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว พนักงานมีหน้าที่ผลิต ตามคำสั่งซื้อ และตามตารางเวลานัดหมาย โดยควรผลิตหรือดำเนินการ ก่อนที่ลูกค้าจะมารับ ไม่เกิน 5 - 10 นาที ก่อนจะถึงเวลานัดหมาย ในกรณีที่มีการสั่งเครื่องดื่มร่วมด้วย เช่น น้ำผลไม้ ชา/กาแฟเย็น เป็นต้น ทางร้านควรแยกน้ำผลไม้ ชา/กาแฟ และน้ำแข็ง พร้อมทั้งแช่เครื่องดื่มไว้ในตู้เย็นเพื่อรอลูกค้ามารับ เมื่อลูกค้ามารับสินค้า (อาหาร/เครื่องดื่ม) พนักงานต้องกล่าวคำขอบคุณและเชิญชวนให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกด้วย

นอกจากนั้นทางร้านควรติดป้ายพร้อมเบอร์โทรศัพท์ขนาดใหญ่หน้าร้านให้ผู้คนที่ได้ทราบ ว่าทางร้านกัวยเดียวปลา รสหนึ่ง มีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ได้แล้ว เป็นต้น และควรมีการจัดผังของโต๊ะใหม่ โดยอาจพิจารณาเพิ่มจำนวน โต๊ะและเก้าอี้ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้ามีพื้นที่นั่งอย่างพอเพียงอีกด้วย และร้านกัวยเดียวปลา รสหนึ่ง ควรเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงและสื่อสารกับลูกค้า ทางเว็บไซต์และสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ต่างๆ ให้มากขึ้น โดยร้านกัวยเดียวปลา รสหนึ่ง ควรจัดทำช่องทางการสื่อสารนี้อย่างเป็นทางการ และให้ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เช่น การมี Facebook Fanpage ของทางร้านเอง เพื่ออัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับเมนูกัวยเดียวสูตรใหม่ๆ หรือโปรโมชันต่างๆ หรือสิทธิพิเศษให้กับผู้ติดตาม และอาจใช้เครื่องมืออื่นๆ เช่น Google Streetview อันเป็น Application ใหม่ล่าสุดที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถค้นหาและมองเห็นที่ตั้งของร้าน และสภาพแวดล้อมหน้าร้านได้ 360 องศา ได้อีกด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสนใจเพียงในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ซึ่งจัดอยู่ในลำดับต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านอื่นๆ ของทางร้าน โดยเฉพาะปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และการให้การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย ดังนั้น ทางร้านจึงควรเร่งปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว โดยต้องให้ความสำคัญต่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น โดยการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ และป้ายกลางแจ้งให้มากขึ้น โดยปัจจุบันร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ยังเป็นที่รู้จักของลูกค้าในท้องถิ่นเพียงบางกลุ่ม ร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ควรพิจารณาจัดสรรงบประมาณเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านให้มากขึ้น และสร้าง Branding ของร้าน ให้โดดเด่นขึ้นมาใกล้เคียงกับร้านเจียงลูกชิ้นปลา โดยเน้นการสร้างแตกต่าง พร้อมนำเสนอภาพลักษณ์ของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ที่มีชื่อเสียงและประวัติยาวนานเกือบ 40 ปี และคุณภาพของวัตถุดิบที่ทางร้านใช้

ทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ควรมีการประชาสัมพันธ์ เรื่องประโยชน์จากการบริโภคปลา ตามกระแสนิยมสุขภาพของคนในปัจจุบัน เพื่อดึงดูดลูกค้าหันมาใช้ หรือมาบริโภคผลิตภัณฑ์จากปลามากยิ่งขึ้น หรือ มีการประชาสัมพันธ์ เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการบริจาคลูกชิ้นปลาจำนวนหนึ่ง เพื่อเป็นอาหารเที่ยงเพื่อสุขภาพให้เด็กนักเรียนตามโรงเรียนต่างๆ เพื่อให้เด็กนักเรียนนำกิจกรรมดังกล่าว ไปบอกต่อยังพ่อแม่ หรือ ผู้ปกครอง ต่อไป และทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ควรพิจารณาเลือกซื้อองค์ประกอบตราสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและสื่อถึงความ เป็นตราสินค้าของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่งมากขึ้น (อาทิเช่น การใช้รูปแบบการสื่อสารที่เป็นแนวทางหลักเดียวกัน การสร้างเรื่องราวความเป็นมาของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง) เนื่องจากองค์ประกอบของตราสินค้า (Brand Elements) ถือเป็นเครื่องมือที่จะสื่อสารตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) และคุณค่า (Value) ของตราสินค้า ออกไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้นการเลือกองค์ประกอบตราสินค้า (Brand Elements) ที่เหมาะสม จะทำให้ลูกค้าเกิดความคุ้นเคย (Familiarity) ในตราสินค้าได้นั้น ได้มากกว่าตราสินค้าอื่นอีกด้วย

ปัจจัยด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่า โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งอาจจะมาจากการที่มีพนักงานไม่เพียงพอใน

ช่วงเวลาที่มียูกค้าหนาแน่น ซึ่งเดิมทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง มีพนักงานงานเสิร์ฟเพียง 2 คน เท่านั้น ดังนั้นทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง จึงควรจัดพนักงานให้เพียงพอต่อการให้บริการ โดยเพิ่มพนักงานเสิร์ฟแบบ Part-time อีก 1-2 คน ในช่วงกลางวัน เนื่องจากเป็นช่วงที่ลูกค้าหนาแน่น เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างเท่าเทียมกัน อีกด้วย และควรปรับปรุงการให้บริการของพนักงานให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพนักงานเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดลูกค้ามากที่สุด จึงควรให้ความสำคัญในเรื่องของพนักงานที่มีหน้าที่ให้บริการในทุกๆ ด้าน เริ่มจากการการฝึกอบรมให้แก่พนักงานทุกระดับของร้าน เพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานในการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

นอกจากนั้น ในการให้บริการพนักงานควรได้รับการอบรมให้มีความยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยดีในการให้บริการ อีกทั้งควรมีการพัฒนาความรู้ ความชำนาญในการให้บริการทั้งในด้านผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มอย่างเป็นมืออาชีพ เมื่อลูกค้ามาใช้บริการ พนักงานต้อนรับต้องมีกิริยาอาการอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน แสดงออกถึงความรับผิดชอบ เมื่อเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ และมีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่วางใจได้ เช่นในการรับเงิน ทอนเงิน เก็บทิป เป็นต้น รวมถึงความกระตือรือร้น และความใส่ใจในการให้บริการด้วยความรวดเร็วถูกต้อง และจัดให้มีการประชุมพนักงานทุกๆ วันก่อนเริ่มทำงานเพื่อสร้างทัศนคติและขวัญกำลังใจที่ดีต่อการปฏิบัติงานในทุกๆ วัน อีกด้วย

ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะธุรกิจของร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง นั้นจะต้องอาศัยบุคลากรเป็นตัวขับเคลื่อนงานด้วย ตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบในการผลิต ถึงขั้นตอนการบริการ/เสิร์ฟอาหาร และเครื่องดื่มให้ลูกค้า ดังนั้นบุคลากรจึงมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงาน และถือเป็นด่านหน้าที่จะต้องพบปะลูกค้าโดยตรงด้วย ทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง จึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้เป็นอย่างมาก ตั้งแต่ขั้นตอนของการคัดเลือกบุคลากร ไปจนถึงการดูแลรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพไว้กับองค์กร ดังนี้

การคัดเลือก

ร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ควรจัดทำ Job Description และ Job Specification โดยละเอียด สำหรับระบุลักษณะบุคลากรแต่ละหน้าที่ อาทิ พนักงานฝ่ายครัว ควรมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย 1-2 ปี และควรมีความรู้ในคัดเลือกวัตถุดิบเป็นอย่างดี เช่น เนื้อปลา เส้นก๋วยเตี๋ยว เป็นต้น

การฝึกอบรม

ภายหลังได้รับคัดเลือก พนักงานจะต้องเข้ารับการฝึกอบรมอย่างน้อย 1-2 อาทิตย์ ก่อนการเริ่มงานจริง โดยพนักงานจะต้องได้รับการฝึกสอนจากหัวหน้างาน ตั้งแต่ขั้นพื้นฐาน ถึงวิธีการให้บริการ โดยจะต้องผ่านระยะเวลาทดลองงาน 3 เดือน จึงจะสามารถปฏิบัติงานได้เอง นอกจากนี้

พนักงานทุกคนจะได้รับการอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของทางร้าน รวมถึงเมนูใหม่ๆ เพื่อให้พนักงานสามารถอธิบายข้อมูลต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ของทางร้านให้กับลูกค้าได้อย่างละเอียดถูกต้อง นอกจากนี้ร้านถ้วยเตี้ยปลา รหัสหนึ่ง ควรจัดการอบรมประจำปี หรืออาจเรียกอีกนัยหนึ่งคือการพักผ่อนประจำปี เพื่อให้พนักงานได้ทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อเพิ่มพูนความรักความสามัคคีทั้งกับเจ้าของกิจการและพนักงานด้วยกันอีกด้วย

การประเมินผลการทำงาน

บุคลากรทุกคนในองค์กรจะต้องประเมินผลการทำงานซึ่งกันและกัน โดยจะมีการประเมินการทำงานของพนักงานเพื่อให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า โดยประเมินจากความรู้ความสามารถ ความพึงพอใจของหัวหน้างาน และลูกค้าผู้รับบริการ การให้บริการกับลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค การมีอัธยาศัยไมตรีอันดีต่อลูกค้า การมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ และความเป็นมืออาชีพ เป็นต้น โดยอาจจัดให้มีการมอบตำแหน่งพนักงานดีเด่นประจำเดือน (Employee of the Month) ในแต่ละเดือน เพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับพนักงานรายอื่นๆ อีกทั้งยังกระตุ้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการปรับปรุงตนเองในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย ทั้งนี้พนักงานที่ได้รับตำแหน่งก็จะได้รับรางวัลเพื่อเสริมสร้างกำลังใจ

การรักษาบุคลากร

เนื่องจากบุคลากรที่ดีและมีคุณภาพในปัจจุบันถือว่าหาได้ยาก ดังนั้นร้านถ้วยเตี้ยปลา รหัสหนึ่ง ควรเอาใจใส่และดูแลพนักงานให้ดีเช่นกัน โดยการให้เงินเดือนที่เหมาะสม มีการให้ Incentives ต่างๆ นอกเหนือจากเงินเดือน และจัดการประชุมในทุกวันเพื่อให้พนักงานสามารถถ่ายทอดปัญหาและความไม่สบายใจต่างๆ ในการทำงาน รวมถึงให้ความสำคัญกับพนักงานให้เสมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน เนื่องจากหากพนักงานสบายใจ ทำงานอย่างมีความสุข ลูกค้าก็จะประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีก กิจการก็จะมีรายได้ คือเป็นการเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน สำหรับพนักงานก็ควรดูแลเครื่องแบบของตนเองให้ดูมีความเรียบร้อยอยู่เสมอเพราะถือเป็นส่วนหนึ่งของร้านและภาพลักษณ์ที่ดีของร้านด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย คือ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ ไม่เบียดกัน ส่วนปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การคิดเงินได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า และการบรรจุอาหารลงถุง/ใส่ห่อที่มีความเรียบร้อย ในกรณีที่สั่งอาหารกลับบ้าน ดังนั้นทางร้าน

ก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อาจจะพิจารณาการปรับฝั่งของโต๊ะที่นั่งในร้านใหม่ โดยจัดให้เป็นโต๊ะเล็ก มากยิ่งขึ้น นอกจากนั้น ทางร้านอาจจะนำระบบ IT เข้ามาช่วยรับ Order เพื่อให้พนักงานสามารถ คิดเงินได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วยิ่งขึ้นด้วย

และในช่วงเวลาเร่งด่วน เช่น ช่วงเวลา 10.01 - 15.00 น. มีลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 68.75 ทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ควรเพิ่มแผนกพิเศษ เพื่อรับ Order ลูกค้าที่ส่งกลับบ้าน พร้อมทั้งจัด พนักงานรองรับแผนกพิเศษดังกล่าวด้วย เพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งในปัจจุบันทางร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง มีชุดเคาน์เตอร์ก๋วยเตี๋ยวเพียงชุดเดียว ดังนั้นร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ควรเพิ่มชุดเคาน์เตอร์ก๋วยเตี๋ยว อีกหนึ่งชุดสำหรับแผนกพิเศษ ซึ่งแผนกพิเศษนี้เสมือน เป็นช่องทาง Fast track สำหรับรองรับบริการส่งกลับบ้านในช่วงเวลาเร่งด่วน โดยเฉพาะ อีกทั้งในช่วงเวลาปกติ ช่องทางนี้ยังเป็นการเพิ่มกำลังการผลิตให้แก่ร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ได้อีกด้วย



ภาพที่ 5.1 ชุดเคาน์เตอร์ก๋วยเตี๋ยวสำหรับแผนกพิเศษ

และ จากการศึกษายังพบว่า กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจต่อบริการด้านกระบวนการให้บริการ ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะปัจจัยย่อยด้านการ บรรจุน้ำร้อน/ใส่ห่อที่มีความเรียบร้อย ในกรณีที่สั่งอาหารกลับบ้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับ ความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆ ดังนั้น หากร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ต้องการรักษาลูกค้าในกลุ่มนี้ ควร มีการปรับปรุงในประเด็นดังกล่าวอย่างเร่งด่วนอีกด้วย

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรยากาศของร้านที่เป็นกันเองและอบอุ่น การจัดโทรทัศน์ไว้ให้ลูกค้าได้ชมระหว่างรับประทานอาหาร ความสวยงามภายในร้านโดยรวม และการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้านตามลำดับ อาจเนื่องจากร้านก๊วยเตี๋ยพลารสหนึ่ง เปิดดำเนินการมาเกือบ 40 ปี ทำให้รูปแบบร้านไม่ทันสมัยเท่าที่ควร รวมถึงอุปกรณ์เครื่องมือบางส่วนก็ผ่านการใช้งานมานาน ดังนั้น ทางร้านก๊วยเตี๋ยพลารสหนึ่ง ควรให้ความสำคัญเรื่องความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านอย่างสม่ำเสมอ โดยทางร้านก๊วยเตี๋ยพลารสหนึ่ง ควรปรับปรุงการทำความสะอาดภายในร้านให้มากขึ้น เช่น เดิมมีการทำความสะอาดเพียงวันละ 1 ครั้งในตอนเย็น ดังนั้นทางร้านควรกำหนดช่วงเวลาระหว่างวันในการทำความสะอาดภายในร้านให้มากขึ้น อาทิเช่น ช่วงเวลา 7.45 - 8.00 น. เป็นการทำความสะอาดรอบที่ 1 ช่วงเวลา 11.45 - 12.00 น. เป็นการทำความสะอาดรอบที่ 2 ช่วงเวลา 16.45 - 17.00 น. เป็นการทำความสะอาดรอบที่ 3 และ ช่วงเวลา 20.00 - 20.15 น. เป็นการทำความสะอาดรอบที่ 4 (หลังปิดร้าน) เป็นต้น และควรปรับปรุงเรื่องผังภายในร้านใหม่ โดยจัดให้มีที่นั่งอย่างเพียงพอ ไม่อึดอัด รวมถึงการเปลี่ยนเครื่องมือเครื่องใช้ภายในร้าน เช่น ตะเกียบ ชุดเครื่องปรุงต่างๆ ที่หมดสภาพ เป็นต้น เนื่องจาก เป็นการแสดงถึงสุขอนามัยที่ดี และทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยในการมาทานอาหาร ซึ่งน่าจะมีส่วนช่วยให้การดูแลเรื่องความสะอาดภายในร้านทำได้ง่ายขึ้น อีกทั้งการใช้แนวทาง 5 ส. (สะสาง สะดวก สะอาด สุขลักษณะ และ สร้างนิสัย) จะช่วยให้พนักงานสามารถจัดการเรื่องความสะอาดและความเป็นระเบียบของร้านได้ดีมากขึ้นด้วย และควรจัดพนักงานให้มีการเข้าไปตรวจสอบความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษายังพบว่า ปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดและมีลูกค้ากล่าวถึงว่าเป็นปัญหามากที่สุด คือ ความสะอาดของห้องน้ำที่ทางร้านจัดไว้ให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มลูกค้าสุภาพสตรี ทางร้านจึงควรมีการแยกห้องน้ำชาย-หญิง และห้องน้ำของลูกค้ากับพนักงานอย่างชัดเจนไม่ปะปน ในห้องน้ำ ควรมีผู้ทำความสะอาดคอยดูแลอยู่เสมอ ควรมีผู้คอยเติมก้อนดับกลิ่น หรือฉีดน้ำหอมลดกลิ่นอับ และจัดให้มีกระดาษทิชชูพร้อมอยู่เสมอ และตกแต่งให้มีความสวยงามดูมีรสนิยมยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น จากการศึกษายังพบว่า กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของโต๊ะ-เก้าอี้ภายในร้าน ความสวยงามภายในร้านโดยรวม และความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงใจต่ำกว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท ดังนั้น หากร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง ต้องการรักษาลูกค้าในกลุ่มนี้ ควรมีการปรับปรุงร้านให้มีรูปแบบที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ร้านสามารถแข่งขันกับคู่แข่งอย่างร้านเจียงลูกชิ้นปลาได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตามจากข้อเสนอแนะในข้างต้นนี้ ผู้ศึกษาได้นำเสนอข้อเสนอแนะตามเหตุผลสมควร โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้เป็นหลัก เพื่อให้ร้านก๋วยเตี๋ยวปลา รสหนึ่ง อำเภอเมือง เชียงใหม่ สามารถนำไปปรับใช้และปฏิบัติได้จริงต่อไป