

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สาขา เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคลหรือพนักงาน และด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคลหรือพนักงาน และด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน กับจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ส่วนที่ 5 ข้อมูลระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา จำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน กับจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ส่วนที่ 6 ข้อมูลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA (Importance-Performance Analysis : IPA)

ส่วนที่ 7 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของบริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	157	52.3
หญิง	143	47.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 47.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 16 ปี	8	2.7
16-24 ปี	242	80.7
25-29 ปี	33	11.0
30-34 ปี	15	5.0
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	2	0.6
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 25-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.0 และอายุระหว่าง 30-34 ปี คิดเป็น ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	25	8.3
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	11	3.7
ปริญญาตรี	232	77.3
สูงกว่าปริญญาตรี	32	10.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 77.3 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.7 และระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	256	85.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	2.7
พนักงานบริษัทเอกชน	11	3.7
ธุรกิจส่วนตัว	22	7.3
อื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง	3	1.0
รวม	300	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง 3 ราย

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็น ร้อยละ 85.3 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็น ร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	86	28.7
5,001-10,000 บาท	131	43.7
10,001-15,000 บาท	51	17.0
15,001-20,000 บาท	14	4.6
20,001-25,000 บาท	6	2.0
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	12	4.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.7 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาขาของร้านค้าเดินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่สาขาที่ใช้บ่อย

สาขาของร้านค้าเดินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาที่ใช้บ่อย	จำนวน	ร้อยละ
สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	58	19.3
สาขาประตูดิวิชั่นหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	242	80.7
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการสาขาประตูดิวิชั่นหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาคือ สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 19.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ครั้งต่อเดือน

จำนวนการใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ครั้งต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	73	24.3
2 ครั้ง	58	19.3
3 ครั้ง	29	9.7
มากกว่า 3 ครั้ง	115	38.3
อื่นๆ ได้แก่ นานๆ มาครั้ง	25	8.4
รวม	300	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นานๆ มาครั้ง 25 ราย

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนการใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายที่ร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ต่อครั้ง

จำนวนเงินที่ใช้จ่ายที่ร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	194	64.7
100-200 บาท	91	30.3
201-300 บาท	13	4.3
มากกว่า 300 บาท	2	0.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายที่ร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ต่ำกว่า 100 บาทต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมา 100-200 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.3 และ 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าของร้านค้าใน
สะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

ประเภทสินค้าของร้านค้าในสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์จากกาแฟ	258	86.0
ขนมเค้ก คุกกี้	107	35.7
ขนมขบเคี้ยว	42	14.0
อื่นๆ ได้แก่ ชาเย็น นม โกโก้	28	9.3

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จำนวนร้อยละของขนาดตัวอย่าง 300 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ชาเย็น 10 ราย, นม 8 ราย และ โกโก้ 10 ราย

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประเภทสินค้าของร้านค้าในสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ผลิตภัณฑ์จากกาแฟ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.0 รองลงมา ขนมเค้ก คุกกี้ คิดเป็น ร้อยละ 35.7 และขนมขบเคี้ยว คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่มาใช้บริการบ่อย

เวลาที่มาใช้บริการบ่อย	จำนวน	ร้อยละ
ก่อนเวลา 12.00 น.	26	8.7
เวลา 12.01-15.00 น.	166	55.3
เวลา 15.01-17.00 น.	97	32.3
เวลา 17.01 -19.00 น.	8	2.7
เวลา 19.01-20.00 น.	3	1.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเวลาที่มาใช้บริการบ่อย เวลา 12.01-15.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมา เวลา 15.01-17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 32.3 และก่อนเวลา 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มาใช้บริการบ่อย

วันที่มาใช้บริการบ่อย	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา จันทร์-ศุกร์	137	45.7
วันเสาร์-อาทิตย์	27	9.0
วันหยุดเทศกาล	2	0.7
ไม่แน่นอน	134	44.6
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวันที่มาใช้บริการบ่อย คือวันธรรมดา จันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมา ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 44.6 และวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ชักชวนให้ไปร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

ผู้ชักชวนให้ไปร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนร่วมงาน/เพื่อน	261	87.0
สมาชิกในครอบครัว	11	3.7
ลูกค้า	13	4.3
หัวหน้างาน/ผู้บังคับบัญชา	2	0.7
อื่นๆ ได้แก่ ตนเอง	27	9.0

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จำนวนร้อยละของขนาดตัวอย่าง 300 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ตนเอง 27 ราย

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้ชักชวนให้ไปร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จากเพื่อนร่วมงาน/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 87.0 รองลงมาคือ อื่นๆ ได้แก่ ตนเอง ร้อยละ 9.0 และลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการใช้บริการที่ร้าน
ดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

ลักษณะการใช้บริการที่ร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่	จำนวน	ร้อยละ
ดื่ม/รับประทาน	230	76.7
ซื้อกลับบ้าน	15	5.0
ทั้ง 2 อย่าง	55	18.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการใช้บริการที่ร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ มาดื่ม/รับประทาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมาคือ ดื่ม/รับประทาน พร้อมทั้งซื้อกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ส่วนการซื้อกลับบ้านอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จักร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

สื่อที่ทำให้รู้จักร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	1	0.3
เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น facebook	32	10.7
ป้ายหน้าร้าน	118	39.3
โปสเตอร์ที่ติดตามสถานที่ต่างๆ	13	4.3
เพื่อน	220	73.3
อื่นๆ ได้แก่ เจอบังเอิญ และใกล้ที่พัก	11	3.7

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จำนวนร้อยละของขนาดตัวอย่าง 300 ราย

อื่นๆ ได้แก่ เจอบังเอิญ 6 ราย และใกล้ที่พัก 5 ราย

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสื่อที่ทำให้รู้จักร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จากเพื่อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาคือ ป้ายหน้าร้าน คิดเป็นร้อยละ 39.3 และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น facebook คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

เหตุผลที่ใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่	จำนวน	ร้อยละ
ติดใจในรสชาติ	126	42.0
ชนิดเครื่องดื่มที่หลากหลาย	56	18.7
มีส่วนลด/สะสมยอด/มีของแถม	16	5.3
ราคาเหมาะสม	127	42.3
ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	109	36.3
จอดรถสะดวก	20	6.7
ยี่ห้อกาแฟ	6	2.0
ยี่ห้อร้าน	11	3.7
มีการบริการที่ดี	101	33.7
เป็นสถานที่พักผ่อน	69	23.0
เป็นสถานที่สังสรรค์ พบปะ	167	55.7
ตกแต่ง/จัดร้านสวยงามบรรยากาศดี	101	33.7
มีบริการเสริม เช่นอินเทอร์เน็ต	116	38.7
เวลาเปิด-ปิดสะดวก	67	22.3
อื่นๆ ได้แก่ ใกล้สถานที่เรียน	29	9.7

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ คำนวณร้อยละของขนาดตัวอย่าง 300 ราย
อื่นๆ ได้แก่ ใกล้สถานที่เรียน 29 ราย

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ เป็นสถานที่สังสรรค์ พบปะ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 42.3 และ ติดใจในรสชาติ คิดเป็นร้อยละ 42.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.16 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.1 ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	93 (31.0)	164 (54.7)	42 (14.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	4
1.2 ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	110 (36.7)	152 (50.7)	36 (12.0)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.23 (มาก)	2
1.3 การมีขนม/อาหารว่างจำหน่าย	64 (21.3)	150 (50.0)	81 (27.0)	4 (1.3)	1 (0.3)	3.90 (มาก)	10
1.4 มีเครื่องดื่มอื่นๆ นอกจากกาแฟจำหน่าย	80 (26.7)	165 (55.0)	44 (14.7)	10 (3.3)	1 (0.3)	4.04 (มาก)	6
1.5 กาแฟมีความหลากหลายรสชาติให้เลือก	78 (26.0)	155 (52.1.7)	62 (20.7)	4 (1.3)	1 (0.3)	4.01 (มาก)	8
1.6 ความหลากหลายของขนม/อาหารว่าง	59 (19.7)	151 (50.3)	75 (25.0)	12 (4.0)	3 (1.0)	3.83 (มาก)	11
1.7 รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ	113 (37.7)	142 (47.3)	43 (14.3)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.22 (มาก)	3
1.8 รสชาติของขนม/อาหารว่าง	86 (28.7)	141 (47.0)	71 (23.7)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.03 (มาก)	7
1.9 กลิ่นของกาแฟ	89 (29.7)	148 (49.3)	57 (19.0)	4 (1.3)	2 (0.7)	4.06 (มาก)	5
1.10 ภาชนะบรรจุสะอาด	138 (46.0)	127 (42.3)	35 (11.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.34 (มาก)	1
1.11 ภาชนะบรรจุสวยงาม	80 (26.7)	140 (46.7)	70 (23.3)	9 (3.0)	1 (0.3)	3.96 (มาก)	9

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.12 ความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่ม	116 (38.7)	139 (46.3)	44 (14.7)	0 (0.0)	1 (0.3)	4.23 (มาก)	2
1.13 ชื่อเสียงของตราชี่ห้อของร้าน	50 (16.7)	140 (46.7)	83 (27.7)	18 (6.0)	9 (3.0)	3.68 (มาก)	12
1.14 มีกาแฟสูตรพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น	57 (19.0)	118 (39.3)	106 (35.3)	10 (3.3)	9 (3.0)	3.68 (มาก)	12
						ค่าเฉลี่ยรวม การแปลผล 4.03 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาคือ ด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน และด้านความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 4.23 ด้านรสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.16 ด้านกลิ่นของกาแฟ ค่าเฉลี่ย 4.06 ด้านมีเครื่องดื่มอื่นๆ นอกจากกาแฟจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.04 ด้านรสชาติของขนม/อาหารว่าง ค่าเฉลี่ย 4.03 ด้าน กาแฟมีความหลากหลายรสชาติให้เลือก ค่าเฉลี่ย 4.01 ด้านภาชนะบรรจุ สวยงาม ค่าเฉลี่ย 3.96 ด้านการมีขนม/อาหารว่างจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.90 ด้านความหลากหลายของขนม/อาหารว่าง ค่าเฉลี่ย 3.83 ด้านชื่อเสียงของตราชี่ห้อของร้าน และด้านมีกาแฟสูตรพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น ค่าเฉลี่ย 3.68

2.2 ด้านราคา

ตารางที่ 4.17 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านราคาของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
2.1 มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู)	129 (43.0)	110 (36.7)	57 (19.0)	3 (1.0)	1 (0.3)	4.21 (มาก)	2
2.2 มีราคาให้เลือกตาม ประเภทของการรับประทาน	107 (35.7)	136 (45.3)	55 (18.3)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	3
2.3 มีราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	124 (41.3)	123 (41.0)	49 (16.3)	3 (1.0)	1 (0.3)	4.22 (มาก)	1
2.4 ราคาถูกกว่าร้านอื่น	79 (26.3)	99 (33.3)	112 (37.3)	6 (2.0)	4 (1.3)	3.81 (มาก)	5
2.5 ราคาเท่ากับร้านอื่น	60 (20.0)	124 (41.3)	108 (36.0)	6 (2.0)	2 (0.7)	3.78 (มาก)	6
2.6 มีราคาตามส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เช่นเพิ่ม วิปิ้งครีม	60 (20.0)	151 (50.3)	76 (25.3)	13 (4.3)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	4
						ค่าเฉลี่ยรวม การแปลผล 4.01 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.01 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือ ด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 4.21 ด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 4.16 ด้านมีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เช่นเพิ่มวิปิ้งครีม ค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านราคาถูกกว่าร้านอื่น ค่าเฉลี่ย 3.81 และด้านราคาเท่ากับร้านอื่น ค่าเฉลี่ย 3.78

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 4.18 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านการจัดจำหน่ายของร้านค้าเนินสะดวกกอฟฟี่คาเฟ่

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.1 ท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน	113 (37.7)	132 (44.0)	48 (16.0)	7 (2.3)	0 (0.0)	4.17 (มาก)	1
3.2 มีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือที่ทำงาน	38 (12.7)	96 (32.0)	127 (42.3)	27 (9.0)	12 (4.0)	3.40 (ปานกลาง)	5
3.3 มีที่จอดรถสะดวก	95 (31.7)	88 (29.3)	86 (28.7)	23 (7.7)	8 (2.7)	3.79 (มาก)	4
3.4 มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน	66 (22.0)	143 (47.7)	76 (25.3)	11 (3.7)	4 (1.3)	3.85 (มาก)	3
3.5 เวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ	78 (26.0)	151 (50.3)	65 (21.7)	4 (1.3)	2 (0.7)	3.99 (มาก)	2
					ค่าเฉลี่ยรวม การแปลผล	3.84 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

ด้านการจัดจำหน่าย มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ทั้งระยะใกล้และระยะไกล ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือด้านเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.99 ด้านมีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.85 ด้านมีที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.79 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยด้านมีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.40

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.19 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต	59 (19.7)	111 (37.0)	108 (36.0)	16 (5.3)	6 (2.0)	3.67 (มาก)	5
4.2 การมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	66 (22.0)	111 (37.0)	97 (32.3)	22 (7.3)	4 (1.3)	3.71 (มาก)	4
4.3 การให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ	71 (23.7)	117 (39.0)	87 (29.0)	22 (7.3)	3 (1.0)	3.77 (มาก)	3
4.4 มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด	66 (22.0)	127 (42.3)	92 (30.7)	12 (4.0)	3 (1.0)	3.80 (มาก)	2
4.5 การบริการของพนักงานขายโดยรวม	144 (48.0)	96 (32.0)	51 (17.0)	7 (2.3)	2 (0.7)	4.24 (มาก)	1
					ค่าเฉลี่ยรวม การแปลผล	3.84 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ ด้านมีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.80 ด้านการให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.77 ด้านการมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล ค่าเฉลี่ย 3.71 ด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ย 3.67

2.5 ด้านบุคคลหรือพนักงาน

ตารางที่ 4.20 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดำเนินสะดวกออฟฟิศกาแฟ

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
5.1 มารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี	142 (47.3)	118 (39.3)	39 (13.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.33 (มาก)	1
5.2 พนักงานแต่งกายเหมาะสม	101 (33.7)	153 (51.0)	43 (14.3)	3 (1.0)	0 (0.0)	4.17 (มาก)	6
5.3 การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	124 (41.3)	130 (43.3)	44 (14.7)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.25 (มาก)	3
5.4 จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	96 (32.0)	157 (52.3)	46 (15.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	7
5.5 พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ	92 (30.7)	160 (53.3)	46 (15.3)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.14 (มาก)	8
5.6 พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม	120 (40.0)	132 (44.0)	44 (14.7)	4 (1.3)	0 (0.0)	4.22 (มาก)	5
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว	115 (38.3)	145 (48.3)	39 (13.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.24 (มาก)	4
5.8 พนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน	127 (42.3)	134 (44.7)	39 (13.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.29 (มาก)	2
						ค่าเฉลี่ยรวม การแปลผล 4.23 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.23 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านมารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี ค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ ด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.29 ด้านการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการ

ให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.25 ด้านพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.24 ด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม ค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านพนักงานแต่งกายเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.17 ด้านจำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.16 และด้านพนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ ค่าเฉลี่ย 4.14

2.6 ด้านกระบวนการ

ตารางที่ 4.21 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านกระบวนการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
6.1 มีความรวดเร็วในการให้บริการ	115 (38.3)	135 (45.0)	50 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.21 (มาก)	2
6.2 มีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ	111 (37.0)	143 (47.7)	46 (15.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.21 (มาก)	2
6.3 ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน	123 (41.0)	135 (45.0)	39 (13.0)	3 (1.0)	0 (0.0)	4.26 (มาก)	1
6.4 มีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง	109 (36.3)	142 (47.3)	49 (16.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	3
6.5 เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน	101 (33.7)	141 (47.0)	55 (18.3)	3 (1.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	4
						ค่าเฉลี่ยรวม การแปลผล 4.20 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาคือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ และด้านมีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.21 ด้านมีระบบการ

ให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้ง ค่าเฉลี่ย 4.20 และด้านเวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้า และชำระเงิน ค่าเฉลี่ย 4.13

2.7 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.22 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านดำเนินสะดวกออฟฟิศคาเฟ่

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
7.1 ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็นได้ชัดเจน	88 (29.3)	124 (41.3)	86 (28.7)	2 (0.7)	0 (0.0)	3.99 (มาก)	5
7.2 การตกแต่งร้านสวยงามทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง	106 (35.3)	149 (49.7)	42 (14.0)	3 (1.0)	0 (0.0)	4.19 (มาก)	2
7.3 การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	101 (33.7)	149 (49.7)	48 (16.0)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	3
7.4 ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องดื่ม	79 (26.3)	150 (50.0)	65 (21.7)	4 (1.3)	2 (0.7)	4.00 (มาก)	4
7.5 มีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ	118 (39.3)	134 (44.7)	45 (15.0)	2 (0.7)	1 (0.3)	4.22 (มาก)	1
						ค่าเฉลี่ยรวม การแปลผล 4.11 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็นได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านมีรูปลักษณ์ สี สีสันสวยงาม มีความคิดสร้างสรรค์ ถูกคำอ่านออก และมองเห็นได้ชัดเจน

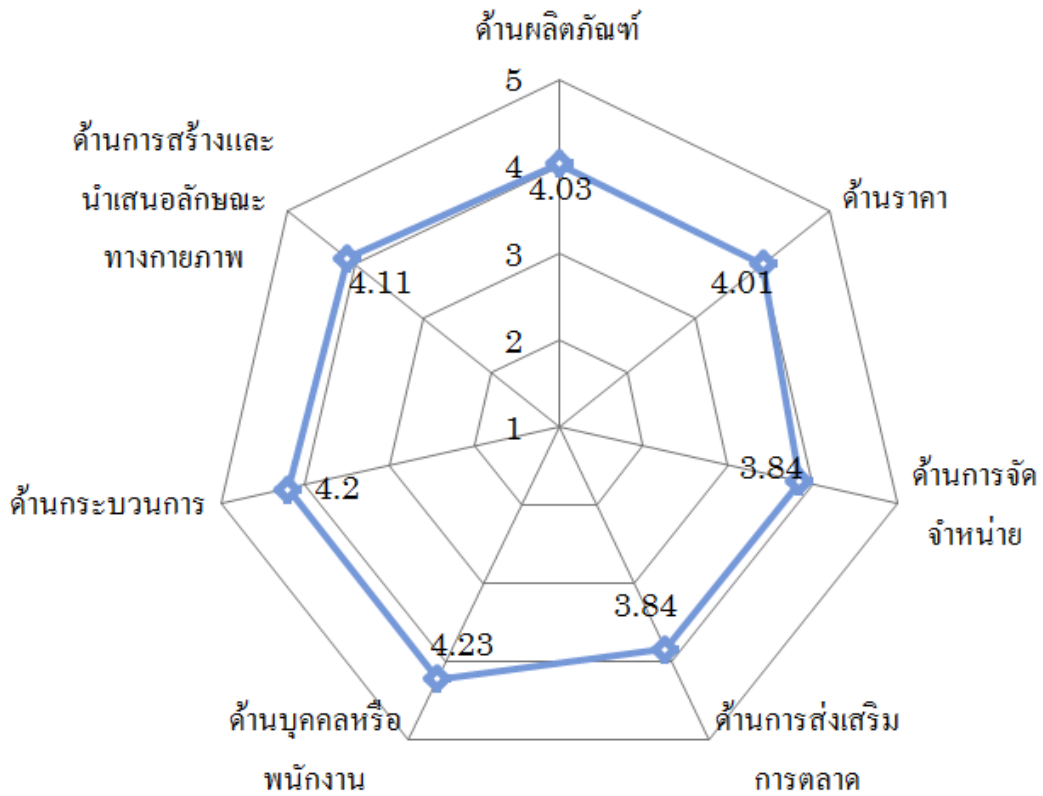
จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านมีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือ ด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย

4.19 ด้านการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 4.16 ด้านความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องต้ม ค่าเฉลี่ย 4.00 และด้านป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.99

ตารางที่ 4.23 สรุปค่าระดับความสำคัญโดยรวมของลูกค้านำต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้า เน้นสะดวกพอที่กาแฟเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.03 (มาก)	4
ด้านราคา	4.01 (มาก)	5
ด้านการจัดจำหน่าย	3.84 (มาก)	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.84 (มาก)	6
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	4.23 (มาก)	1
ด้านกระบวนการ	4.20 (มาก)	2
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.11 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวมส่วนประสมการตลาดบริการ	4.04 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด



ภาพที่ 4.1 ค่าระดับความสำคัญโดยรวมของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

จากตารางที่ 4.23 และภาพที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามระดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.24 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.1 ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	53 (17.7)	199 (66.3)	47 (15.7)	0 (0.0)	1 (0.3)	4.01 (มาก)	3
1.2 ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	63 (21.0)	188 (62.7)	46 (15.3)	2 (0.7)	1 (0.3)	4.03 (มาก)	2
1.3 การมีขนม/อาหารว่างจำหน่าย	57 (19.0)	150 (50.0)	88 (29.3)	3 (1.0)	2 (0.7)	3.85 (มาก)	7
1.4 มีเครื่องดื่มอื่นๆ นอกจากกาแฟจำหน่าย	62 (20.7)	159 (53.0)	74 (24.7)	4 (1.3)	1 (0.3)	3.92 (มาก)	4
1.5 กาแฟมีความหลากหลายรสชาติให้เลือก	46 (15.3)	184 (61.3)	65 (21.7)	4 (1.3)	1 (0.3)	3.90 (มาก)	5
1.6 ความหลากหลายของขนม/อาหารว่าง	45 (15.0)	146 (48.7)	101 (33.7)	6 (2.0)	2 (0.7)	3.75 (มาก)	10
1.7 รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ	51 (17.0)	179 (59.7)	68 (22.7)	0 (0.0)	2 (0.7)	3.92 (มาก)	4
1.8 รสชาติของขนม/อาหารว่าง	44 (14.7)	157 (52.3)	96 (32.0)	1 (0.3)	2 (0.7)	3.80 (มาก)	9
1.9 กลิ่นของกาแฟ	61 (20.3)	155 (51.7)	79 (26.3)	3 (1.0)	2 (0.7)	3.90 (มาก)	5
1.10 ภาชนะบรรจุสะอาด	90 (30.0)	162 (54.0)	45 (15.0)	2 (0.7)	1 (0.3)	4.12 (มาก)	1
1.11 ภาชนะบรรจุสวยงาม	64 (21.3)	142 (47.3)	86 (28.7)	6 (2.0)	2 (0.7)	3.86 (มาก)	6

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.12 ความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่ม	56 (18.7)	171 (57.0)	69 (23.0)	1 (0.3)	3 (1.0)	3.92 (มาก)	4
1.13 ชื่อเสียงของตราชี่ห้อของร้าน	42 (14.0)	169 (56.3)	83 (27.7)	4 (1.3)	2 (0.7)	3.81 (มาก)	8
1.14 มีกาแฟสูตรพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น	29 (9.7)	121 (40.3)	137 (45.7)	8 (2.7)	5 (1.7)	3.53 (มาก)	11
ค่าเฉลี่ยรวม การแปลผล						3.88 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาคือ ด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.03 ด้านความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.01 ด้านมีเครื่องดื่มอื่นๆ นอกจากกาแฟจำหน่าย ด้านรสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ และด้านความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 3.92 ด้านกาแฟมีความหลากหลายรสชาติให้เลือกและด้านกลิ่นของกาแฟค่าเฉลี่ย 3.90 ด้านภาชนะบรรจุ สวยงาม ค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านการมีขนม/อาหารว่างจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.85 ด้านชื่อเสียงของตราชี่ห้อของร้าน ค่าเฉลี่ย 3.81 ด้านรสชาติของขนม/อาหารว่าง ค่าเฉลี่ย 3.80 ด้านความหลากหลายของขนม/อาหารว่าง ค่าเฉลี่ย 3.75 และด้านมีกาแฟสูตรพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น ค่าเฉลี่ย 3.53

3.2 ด้านราคา

ตารางที่ 4.25 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในด้านราคาของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
2.1 มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู)	79 (26.3)	142 (47.3)	72 (24.0)	6 (2.0)	1 (0.3)	3.97 (มาก)	1
2.2 มีราคาให้เลือกตาม ประเภทของการรับประทาน	57 (19.0)	161 (53.7)	76 (25.3)	4 (1.3)	2 (0.7)	3.89 (มาก)	2
2.3 มีราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	75 (25.0)	152 (50.7)	66 (22.0)	5 (1.7)	2 (0.7)	3.97 (มาก)	1
2.4 ราคาถูกกว่าร้านอื่น	49 (16.3)	127 (42.3)	98 (32.7)	23 (7.7)	3 (1.0)	3.65 (มาก)	5
2.5 ราคาเท่ากับร้านอื่น	42 (14.0)	145 (48.3)	96 (32.0)	13 (4.3)	4 (1.3)	3.69 (มาก)	4
2.6 มีราคาตามส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เช่นเพิ่ม วิปิ้งครีม	41 (13.7)	146 (48.7)	102 (34.0)	8 (2.7)	3 (1.0)	3.71 (มาก)	3
						ค่าเฉลี่ยรวม การแปลผล 3.81 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.81 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) และด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาคือ ด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 3.89 ด้านมีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เช่นเพิ่มวิปิ้งครีม ค่าเฉลี่ย 3.71 ด้านราคาเท่ากับร้านอื่น ค่าเฉลี่ย 3.69 และด้านราคาถูกกว่าร้านอื่น ค่าเฉลี่ย 3.65

3.3 ด้านการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 4.26 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่ายของร้านค้าเนินสะดวกกอฟฟี่คาเฟ่

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.1 ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน	85 (28.3)	146 (48.7)	62 (20.7)	7 (2.3)	0 (0.0)	4.03 (มาก)	1
3.2 มีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือที่ทำงาน	28 (9.3)	103 (34.3)	131 (43.7)	31 (10.3)	7 (2.3)	3.38 (ปานกลาง)	4
3.3 มีที่จอดรถสะดวก	29 (9.7)	81 (27.0)	131 (43.7)	43 (14.3)	16 (5.3)	3.21 (ปานกลาง)	5
3.4 มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน	52 (17.3)	139 (46.3)	91 (30.3)	18 (6.0)	0 (0.0)	3.75 (มาก)	3
3.5 เวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ	60 (20.0)	155 (51.7)	78 (26.0)	6 (2.0)	1 (0.3)	3.89 (มาก)	2
						ค่าเฉลี่ยรวม การแปลผล 3.65 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

ด้านการจัดจำหน่าย มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ทั้งระยะใกล้และระยะไกล ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.65 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาคือด้านเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.89 ด้านมีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.75 ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยด้านมีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.38 ด้านมีที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.21

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.27 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านดำเนินสะดวกออฟฟิศคาเฟ่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต	34 (11.3)	97 (32.3)	151 (50.3)	17 (5.7)	1 (0.3)	3.48 (ปานกลาง)	5
4.2 การมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	42 (14.0)	119 (39.7)	113 (37.7)	24 (8.0)	2 (0.7)	3.58 (มาก)	3
4.3 การให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ	33 (11.0)	123 (41.0)	120 (40.0)	22 (7.3)	2 (0.7)	3.54 (มาก)	4
4.4 มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด	38 (12.7)	128 (42.7)	114 (38.0)	16 (5.3)	4 (1.3)	3.60 (มาก)	2
4.5 การบริการของพนักงานขายโดยรวม	74 (24.7)	132 (44.0)	91 (30.3)	3 (1.0)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	1
					ค่าเฉลี่ยรวม การแปลผล	3.62 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 3.92รองลงมาคือ ด้านมีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.60 ด้านการมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล ค่าเฉลี่ย 3.58 ด้านการให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.54 ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ย 3.48

3.5 ด้านบุคคลหรือพนักงาน

ตารางที่ 4.28 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
5.1 มารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี	82 (27.3)	156 (52.0)	61 (20.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	4.06 (มาก)	3
5.2 พนักงานแต่งกายเหมาะสม	75 (25.0)	165 (55.0)	59 (19.7)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	5
5.3 การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	83 (27.7)	159 (53.0)	56 (18.7)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.07 (มาก)	2
5.4 จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	76 (25.3)	160 (53.3)	61 (20.3)	2 (0.7)	1 (0.3)	4.02 (มาก)	6
5.5 พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ	68 (22.7)	161 (53.7)	67 (22.3)	3 (1.0)	1 (0.3)	3.97 (มาก)	7
5.6 พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม	80 (26.7)	161 (53.7)	56 (18.7)	2 (0.7)	1 (0.3)	4.05 (มาก)	4
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว	82 (27.3)	161 (53.7)	51 (17.0)	6 (2.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	3
5.8 พนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน	98 (32.7)	154 (51.3)	48 (16.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	1
						ค่าเฉลี่ยรวมการแปลผล 4.05 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.07 ด้านมารยาท มนุษยสัมพันธ์

บุคลิกดี และด้านพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.06 ด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม ค่าเฉลี่ย 4.05 ด้านพนักงานแต่งกายเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.04 ด้านจำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.02 และด้านพนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ ค่าเฉลี่ย 3.97

3.6 ด้านกระบวนการ

ตารางที่ 4.29 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในด้านกระบวนการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
6.1 มีความรวดเร็วในการให้บริการ	78 (26.0)	164 (54.7)	54 (18.0)	3 (1.0)	1 (0.3)	4.05 (มาก)	3
6.2 มีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ	75 (25.0)	171 (57.0)	51 (17.0)	3 (1.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	2
6.3 ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน	95 (31.7)	155 (51.7)	46 (15.3)	4 (1.3)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	1
6.4 มีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง	81 (27.0)	1446 (48.7)	73 (24.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	4
6.5 เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน	76 (25.3)	156 (52.0)	61 (20.3)	7 (2.3)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	5
						ค่าเฉลี่ยรวม การแปลผล 4.05 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ ด้านมีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.06 ด้านมีความรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.05

ด้านมีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้ง ค่าเฉลี่ย 4.02 และด้านเวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน ค่าเฉลี่ย 4.00

3.7 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.30 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
7.1 ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็นได้ชัดเจน	56 (18.7)	139 (46.3)	97 (32.3)	8 (2.7)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	5
7.2 การตกแต่งร้านสวยงามทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง	95 (31.7)	146 (48.7)	49 (16.3)	9 (3.0)	1 (0.3)	4.08 (มาก)	1
7.3 การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	76 (25.3)	138 (46.0)	82 (27.3)	4 (1.3)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	2
7.4 ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องดื่ม	65 (21.7)	157 (52.3)	73 (24.3)	4 (1.3)	1 (0.3)	3.93 (มาก)	4
7.5 มีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ	76 (25.3)	136 (45.3)	83 (27.7)	4 (1.3)	1 (0.3)	3.94 (มาก)	3
						ค่าเฉลี่ยรวม การแปลผล 3.94 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็นได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านมีรูปสัญลักษณ์ สีสดใสสวยงาม มีความคิดสร้างสรรค์ ลูกค้าน่าออก และมองเห็นได้ชัดเจน

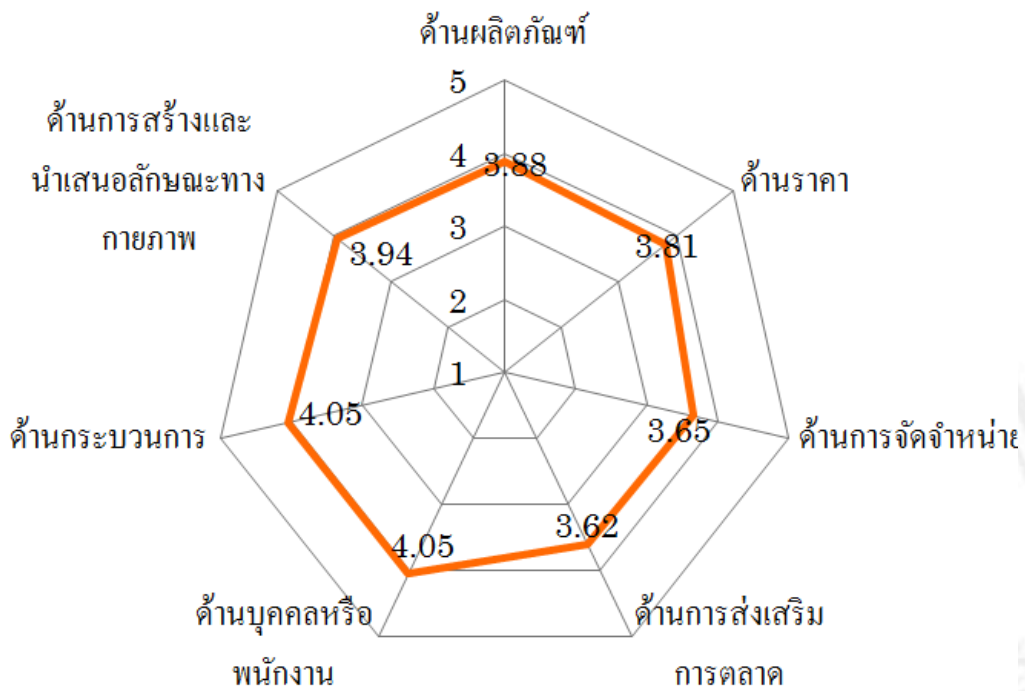
จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ ด้านการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 3.95 ด้านมีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.94 ด้านความทันสมัยของอุปกรณ์

ที่ใช้ซังกาแฟและเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 3.93 และด้านป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็น ได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.81

ตารางที่ 4.31 สรุปค่าระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.88 (มาก)	3
ด้านราคา	3.81 (มาก)	4
ด้านการจัดจำหน่าย	3.65 (มาก)	5
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.62 (มาก)	6
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	4.05 (มาก)	1
ด้านกระบวนการ	4.05 (มาก)	1
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.94 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวมส่วนประสมการตลาดบริการ	3.86 (มาก)	

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด



ภาพที่ 4.2 ค่าระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

จากตารางที่ 4.31 และภาพที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามระดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณ์ท์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน กับจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ตารางที่ 4.32 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนการใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ครั้งต่อเดือน

จำนวนเงินที่ใช้จ่ายที่ร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ต่อครั้ง	จำนวนการใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ครั้งต่อเดือน		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต่ำกว่า 100 บาท	55 (56.1)	46 (52.9)	93 (80.9)
100-300 บาทขึ้นไป	43 (43.9)	41 (47.1)	22 (19.1)
รวม	98 (100.0)	87 (100.0)	115 (100.0)

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ นานๆ ครั้ง – 1 ครั้งต่อเดือน มีจำนวนเงินที่ใช้จ่าย ต่ำกว่า 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 56.1 รองลงมาคือ 100-300 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 43.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ 2-3 ครั้งต่อเดือน มีจำนวนเงินที่ใช้จ่าย ต่ำกว่า 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาคือ 100-300 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 47.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน มีจำนวนเงินที่ใช้จ่าย ต่ำกว่า 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 80.9 รองลงมาคือ 100-300 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.1

ส่วนที่ 5 ข้อมูลระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
ของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา จำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งและค่าใช้จ่ายก็ครั้งต่อ
เดือน

5.1 จำแนกตามสาขา

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
ผลิตภัณฑ์ของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ	
	สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1.1 ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	4.34 (มาก)	4.11 (มาก)
1.2 ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	4.41 (มาก)	4.19 (มาก)
1.3 การมีขนม/อาหารว่างจำหน่าย	4.06 (มาก)	3.86 (มาก)
1.4 มีเครื่องดื่มอื่นๆ นอกจากกาแฟจำหน่าย	4.10 (มาก)	4.02 (มาก)
1.5 กาแฟมีความหลากหลายรสชาติให้เลือก	4.17 (มาก)	3.97 (มาก)
1.6 ความหลากหลายของขนม/อาหารว่าง	3.94 (มาก)	3.80 (มาก)
1.7 รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ	4.39 (มาก)	4.17 (มาก)
1.8 รสชาติของขนม/อาหารว่าง	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)
1.9 กลิ่นของกาแฟ	4.24 (มาก)	4.01 (มาก)
1.10 ภาชนะบรรจุสะอาด	4.43 (มาก)	4.32 (มาก)

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ	
	สาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1.11 ภาชนะบรรจุ สวยงาม	4.08 (มาก)	3.93 (มาก)
1.12 ความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่ม	4.31 (มาก)	4.21 (มาก)
1.13 ชื่อเสียงของตราหือของร้าน	3.63 (มาก)	3.69 (มาก)
1.14 มีกาแฟสูตรพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น	3.58 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิจิตรศิลป์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ใน
ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 โดยมีปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาคือ
ด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.41 และด้านรสชาติของกาแฟและ
เครื่องดื่มอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.39

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประติมากรรม
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ใน
ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยมีปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ
ด้านความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 4.21 และด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์
ที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.19

ตารางที่ 4.34 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ	
	สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
2.1 มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู)	4.31 (มาก)	4.18 (มาก)
2.2 มีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน	4.22 (มาก)	4.14 (มาก)
2.3 มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.39 (มาก)	4.17 (มาก)
2.4 ราคาถูกกว่าร้านอื่น	3.98 (มาก)	3.76 (มาก)
2.5 ราคาเท่ากับร้านอื่น	3.94 (มาก)	3.73 (มาก)
2.6 มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เช่น เพิ่มวิปป์ิ้งครีม	3.87 (มาก)	3.85 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.12 (มาก)	3.97 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมาคือด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 4.31 และด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 4.22

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมา

คือ ด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.17 และด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 4.14

ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ	
	สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประเทวศวะหลัง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
3.1 ท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)
3.2 มีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือที่ทำงาน	3.50 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
3.3 มีที่จอดรถสะดวก	4.01 (มาก)	3.74 (มาก)
3.4 มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน	3.87 (มาก)	3.84 (มาก)
3.5 เวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ	4.12 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

ด้านการจัดจำหน่าย มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ทั้งระยะใกล้และระยะไกล ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 โดยมีปัจจัยย่อยด้านท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ ด้านเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.12 และด้านมีที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 4.01

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประตู่วิหะหลัง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาคือ ด้านเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.96 และด้านมีที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.74

ตารางที่ 4.36 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ	
	สาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประตู่วิหะหลัง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต	3.87 (มาก)	3.61 (มาก)
4.2 การมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3.89 (มาก)	3.66 (มาก)
4.3 การให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)
4.4 มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด	3.98 (มาก)	3.76 (มาก)
4.5 การบริการของพนักงานขายโดยรวม	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.97 (มาก)	3.80 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขาย

โดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือ ด้านมีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่นส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.98 และด้านการให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.91

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประจวบคีรีขันธ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขาย โดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ ด้านมีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่นส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.76 และด้านการให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.73

ตารางที่ 4.37 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความสำคัญ	
	สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประจวบคีรีขันธ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
5.1 มารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี	4.43 (มาก)	4.31 (มาก)
5.2 พนักงานแต่งกายเหมาะสม	4.27 (มาก)	4.14 (มาก)
5.3 การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	4.27 (มาก)	4.24 (มาก)
5.4 จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	4.25 (มาก)	4.13 (มาก)
5.5 พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ	4.17 (มาก)	4.13 (มาก)
5.6 พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม	4.29 (มาก)	4.21 (มาก)
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.32 (มาก)	4.22 (มาก)
5.8 พนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน	4.31 (มาก)	4.28 (มาก)

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความสำคัญ	
	สาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.29 (มาก)	4.21 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี ค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาคือ ด้านพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.32 และด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.31

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี ค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ ด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.28 และด้านการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.24

ตารางที่ 4.38 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ	
	สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
6.1 มีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.17 (มาก)	4.22 (มาก)
6.2 มีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ	4.18 (มาก)	4.22 (มาก)
6.3 ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.20 (มาก)	4.27 (มาก)
6.4 มีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกัน ทุกครั้ง	4.13 (มาก)	4.21 (มาก)
6.5 เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน	4.15 (มาก)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.17 (มาก)	4.21 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 โดยมีปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ ด้านมีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.18 และด้านเวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน ค่าเฉลี่ย 4.15

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 โดยมีปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย

4.27 รองลงมาคือ ด้านมีความรวดเร็วในการให้บริการ และด้านมีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.22 และด้านมีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้ง ค่าเฉลี่ย 4.21

ตารางที่ 4.39 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ	
	สาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประถวิศวะหลัง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
7.1 ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็น ได้ชัดเจน	4.17 (มาก)	3.95 (มาก)
7.2 การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง	4.22 (มาก)	4.18 (มาก)
7.3 การจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	4.15 (มาก)	4.16 (มาก)
7.4 ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องคั่ว	4.12 (มาก)	3.97 (มาก)
7.5 มีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ	4.34 (มาก)	4.19 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.20 (มาก)	4.09 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

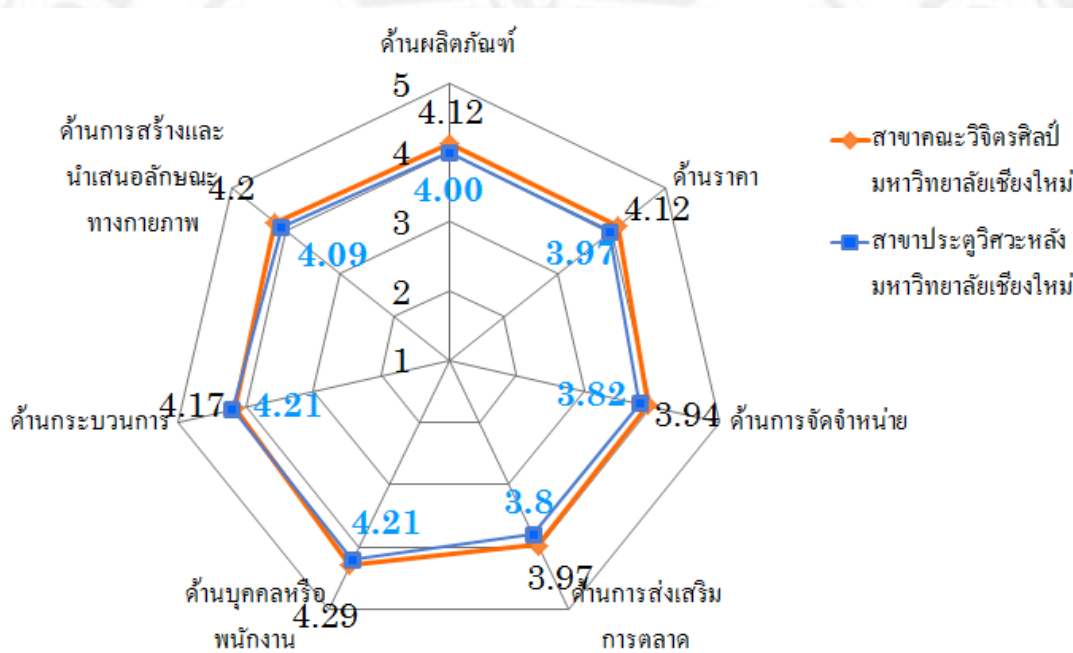
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็น ได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านมีรูปลักษณ์ สี สันสวยงาม มีความคิดสร้างสรรค์ ลูกค้าน่าออก และมองเห็น ได้ชัดเจน

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาคือ ด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศ

ของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.22 และด้านป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.17

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประตูวิเศษหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ ด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.18 และด้านการจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 4.16



ภาพที่ 4.3 ค่าระดับความสำคัญ ของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

จากภาพที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา โดยสาขาสาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามระดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

สาขาประตวิศวะหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามระดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ	
	สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประตวิศวะหลัง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1.1 ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)
1.2 ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)
1.3 การมีขนม/อาหารว่างจำหน่าย	3.98 (มาก)	3.82 (มาก)
1.4 มีเครื่องดื่มอื่นๆ นอกจากกาแฟจำหน่าย	3.96 (มาก)	3.91 (มาก)
1.5 กาแฟมีความหลากหลายรสชาติให้เลือก	4.01 (มาก)	3.87 (มาก)
1.6 ความหลากหลายของขนม/อาหารว่าง	3.81 (มาก)	3.73 (มาก)
1.7 รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ	3.87 (มาก)	3.93 (มาก)
1.8 รสชาติของขนม/อาหารว่าง	3.70 (มาก)	3.82 (มาก)
1.9 กลิ่นของกาแฟ	4.05 (มาก)	3.86 (มาก)
1.10 ภาพขณะบรรจุสะอาด	4.29 (มาก)	4.08 (มาก)
1.11 ภาพขณะบรรจุ สวยงาม	4.06 (มาก)	3.81 (มาก)

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ	
	สาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1.12 ความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องคั่ว	4.05 (มาก)	3.88 (มาก)
1.13 ชื่อเสียงของตราห้อยของร้าน	3.82 (มาก)	3.81 (มาก)
1.14 มีกาแฟสูตรพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น	3.39 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 โดยมีปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาคือด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.13 และด้านความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.03

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 โดยมีปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือด้านความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน และด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.00 และด้านรสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.93

ตารางที่ 4.41 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ	
	สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
2.1 มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู)	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)
2.2 มีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)
2.3 มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.12 (มาก)	3.94 (มาก)
2.4 ราคาถูกกว่าร้านอื่น	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)
2.5 ราคาเท่ากับร้านอื่น	3.67 (มาก)	3.69 (มาก)
2.6 มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เช่น เพิ่มวิปิ้งครีม	3.74 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.86 (มาก)	3.80 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาคือด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 4.05 และด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 3.89

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 3.95รองลงมาคือ

ด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านมีราคาให้เลือกลงตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 3.88

ตารางที่ 4.42 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ	
	สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประจักษ์วาทะหลัง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
3.1 ท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)
3.2 มีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือที่ทำงาน	3.36 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
3.3 มีที่จอดรถสะดวก	3.50 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)
3.4 มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน	4.01 (มาก)	3.68 (มาก)
3.5 เวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ	4.03 (มาก)	3.85 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.79 (มาก)	3.61 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

ด้านการจัดจำหน่าย มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ทั้งระยะใกล้และระยะไกล ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 โดยมีปัจจัยย่อยด้านท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาคือ ด้านเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.03 และด้านมีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.01

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประจักษ์วงษ์หลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 โดยมีปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมาคือ ด้านเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.85 และด้านมีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.68

ตารางที่ 4.43 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ	
	สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประจักษ์วงษ์หลัง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต	3.74 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
4.2 การมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3.96 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
4.3 การให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ	3.72 (มาก)	3.50 (มาก)
4.4 มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด	3.79 (มาก)	3.55 (มาก)
4.5 การบริการของพนักงานขายโดยรวม	3.74 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.79 (มาก)	3.58 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการมีการสะสมยอดเพื่อแลกของ

รางวัล ค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือ ด้านมีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่นส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.79 และด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 3.74

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประจวบคีรีขันธ์แห่งมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือ ด้านมีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่นส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.55 และด้านการให้ส่วนลดในเทศกาลโอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.50

ตารางที่ 4.44 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ	
	สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประจวบคีรีขันธ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
5.1 มารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี	3.94 (มาก)	4.08 (มาก)
5.2 พนักงานแต่งกายเหมาะสม	3.91 (มาก)	4.07 (มาก)
5.3 การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	4.03 (มาก)	4.08 (มาก)
5.4 จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	3.89 (มาก)	4.05 (มาก)
5.5 พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ	3.87 (มาก)	3.99 (มาก)
5.6 พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม	4.06 (มาก)	4.05 (มาก)
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.10 (มาก)	4.05 (มาก)
5.8 พนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)

ตารางที่ 4.44 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ	
	สาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.99 (มาก)	4.07 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 โดยมีปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ ด้านพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.10 และด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม ค่าเฉลี่ย 4.06

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 โดยมีปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ ด้านมารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี และด้านการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.08 และด้านพนักงานแต่งกายเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.07

ตารางที่ 4.45 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ	
	สาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
6.1 มีความรวดเร็วในการให้บริการ	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)
6.2 มีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ	3.96 (มาก)	4.08 (มาก)
6.3 ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.24 (มาก)	4.11 (มาก)
6.4 มีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกัน ทุกครั้ง	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)
6.5 เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน	4.03 (มาก)	3.99 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 โดยมีปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ ด้านเวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน ค่าเฉลี่ย 4.03 และด้านมีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้ง ค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 โดยมีปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ ด้านมีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.08 และด้านมีความรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.06

ตารางที่ 4.46 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ	
	สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
7.1 ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็น ได้ชัดเจน	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)
7.2 การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง	4.05 (มาก)	4.09 (มาก)
7.3 การจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	3.98 (มาก)	3.94 (มาก)
7.4 ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องดื่ม	3.93 (มาก)	3.93 (มาก)
7.5 มีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.97 (มาก)	3.93 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

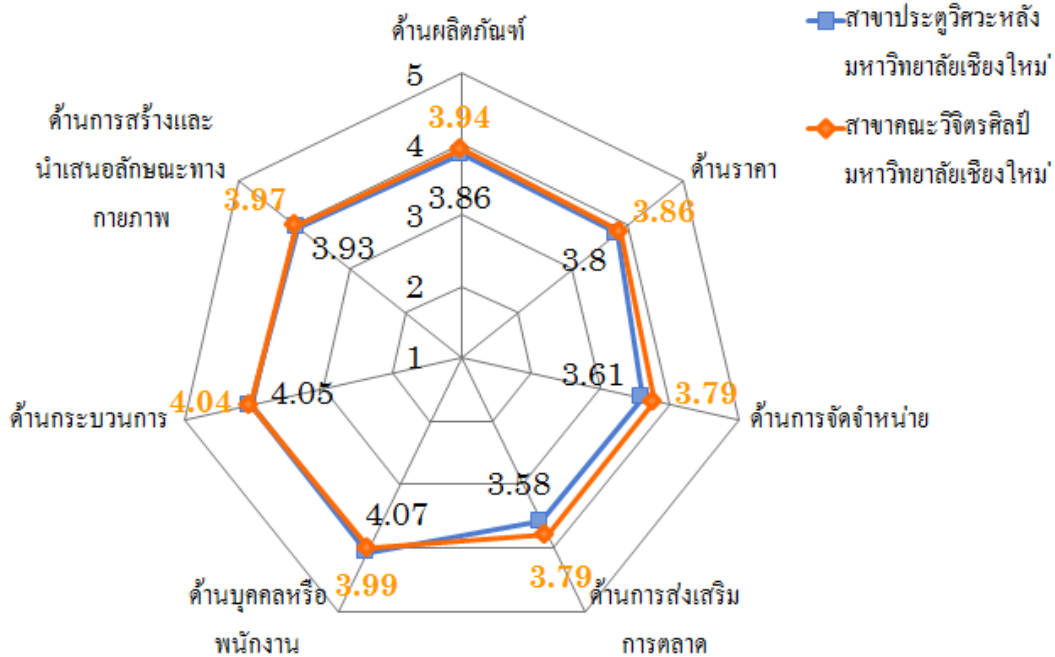
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็น ได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านมีรูปลักษณ์ สี สันสวยงาม มีความคิดสร้างสรรค์ ถูกคำอ่านออก และมองเห็น ได้ชัดเจน

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมาคือ ด้านการจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ และด้านมีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.98 และด้านความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 3.93

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ สาขาประติมากรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ

ลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือ ด้านการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 3.93



ภาพที่ 4.4 ค่าระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา

จากภาพที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามสาขา โดยสาขาคณะวิจิตรศิลป์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามระดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

สาขาประติวิศวะหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามระดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

5.2 จำแนกตามจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน

ตารางที่ 4.47 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1.1 ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	4.15 (มาก)	3.94 (มาก)	4.33 (มาก)
1.2 ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	4.23 (มาก)	4.06 (มาก)	4.35 (มาก)
1.3 การมีขนม/อาหารว่างจำหน่าย	4.02 (มาก)	3.77 (มาก)	3.91 (มาก)
1.4 มีเครื่องดื่มนอกจากกาแฟจำหน่าย	4.10 (มาก)	4.01 (มาก)	4.01 (มาก)
1.5 กาแฟมีความหลากหลายรสชาติให้เลือก	4.09 (มาก)	4.04 (มาก)	3.93 (มาก)
1.6 ความหลากหลายของขนม/อาหารว่าง	3.97 (มาก)	3.75 (มาก)	3.77 (มาก)
1.7 รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มนอกจาก	4.19 (มาก)	4.09 (มาก)	4.33 (มาก)
1.8 รสชาติของขนม/อาหารว่าง	4.16 (มาก)	3.86 (มาก)	4.03 (มาก)
1.9 กลิ่นของกาแฟ	4.11 (มาก)	3.94 (มาก)	4.10 (มาก)
1.10 ภาชนะบรรจุสะอาด	4.36 (มาก)	4.20 (มาก)	4.42 (มาก)
1.11 ภาชนะบรรจุ สวยงาม	4.03 (มาก)	3.87 (มาก)	3.97 (มาก)
1.12 ความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่ม	4.14 (มาก)	4.13 (มาก)	4.37 (มาก)

ตารางที่ 4.47 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1.13 ชื่อเสียงของตราหือของร้าน	3.76 (มาก)	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)
1.14 มีกาแฟสูตรพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น	3.87 (มาก)	3.63 (มาก)	3.54 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.08 (มาก)	3.92 (มาก)	4.04 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการนานๆ ครั้ง -1 ครั้งต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 โดยมีปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาคือ ด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.23 และด้านรสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.19

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 โดยมีปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ ด้านความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 4.13 และด้านรสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 โดยมีปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาคือ ด้านความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 4.37 และด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.35

ตารางที่ 4.48 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของร้านค้าเนินสะดวกออฟฟิศกาแฟ จำแนกตามจำนวนการให้บริการครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
2.1 มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู)	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)	4.26 (มาก)
2.2 มีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน	4.17 (มาก)	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)
2.3 มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.19 (มาก)	4.13 (มาก)	4.30 (มาก)
2.4 ราคาถูกกว่าร้านอื่น	3.87 (มาก)	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)
2.5 ราคาเท่ากับร้านอื่น	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)	3.81 (มาก)
2.6 มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เช่น เพิ่มวิปิ้งครีม	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.01 (มาก)	3.96 (มาก)	4.02 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการให้บริการนานๆ ครั้ง – 1 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ ด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 4.17 และด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 4.16

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการให้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.13 และด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมี ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาคือ ด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 4.26 และด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 4.20

ตารางที่ 4.49 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการ จัดจำหน่ายของร้านค้าเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
3.1 ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน	4.02 (มาก)	4.03 (มาก)	4.40 (มาก)
3.2 มีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือที่ทำงาน	3.44 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
3.3 มีที่จอดรถสะดวก	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)	3.96 (มาก)
3.4 มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน	3.90 (มาก)	3.63 (มาก)	3.97 (มาก)
3.5 เวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ	3.95 (มาก)	3.82 (มาก)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.78 (มาก)	3.70 (มาก)	3.97 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

ด้านการจัดจำหน่าย มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ทั้งระยะใกล้ และ ระยะไกล ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการนานๆ ครั้ง -1 ครั้งต่อเดือนให้ความสำคัญกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 โดยมี ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.02รองลงมาคือ ด้านเวลาเปิด- ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.95 และด้านมีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 โดยมีปัจจัยย่อย ด้านทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาคือ ด้านเวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.82 และด้านมีที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.70

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยมีปัจจัย ย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมาคือ ด้านเวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.15 และด้านมีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.97

ตารางที่ 4.50 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน การส่งเสริมการตลาดของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต	3.67 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
4.2 การมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3.59 (มาก)	3.64 (มาก)	3.86 (มาก)
4.3 การให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.83 (มาก)
4.4 มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.92 (มาก)
4.5 การบริการของพนักงานขายโดยรวม	4.21 (มาก)	4.08 (มาก)	4.39 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.79 (มาก)	3.72 (มาก)	3.96 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการนานๆ ครั้ง-1 ครั้งต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาคือ ด้านการให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ และมีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.74 และด้านการมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล ค่าเฉลี่ย 3.59

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ ด้านการให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ และด้านมีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.71 และด้านการมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล ค่าเฉลี่ย 3.64

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมาคือ ด้านมีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.92 และด้านการมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล ค่าเฉลี่ย 3.86

ตารางที่ 4.51 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดำเนินสะดวกออฟฟิศกาแฟ จำแนกตามจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความสำคัญ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
5.1 มารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี	4.38 (มาก)	4.14 (มาก)	4.43 (มาก)
5.2 พนักงานแต่งกายเหมาะสม	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)	4.26 (มาก)
5.3 การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	4.32 (มาก)	4.05 (มาก)	4.33 (มาก)
5.4 จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	4.08 (มาก)	4.06 (มาก)	4.29 (มาก)

ตารางที่ 4.51 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความสำคัญ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
5.5 พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลใน สิ่งที่ต้องการทราบ	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)
5.6 พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม	4.29 (มาก)	4.04 (มาก)	4.30 (มาก)
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.23 (มาก)	4.18 (มาก)	4.30 (มาก)
5.8 พนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน	4.31 (มาก)	4.20 (มาก)	4.33 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.24 (มาก)	4.09 (มาก)	4.30 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการนานๆ ครั้ง-1 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี ค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.32 และด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.31

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 โดยมีปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ ด้านพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.18 และด้านมารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี ค่าเฉลี่ย 4.14

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี ค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองและ

ความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ และด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.33 และด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม ด้านพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.30

ตารางที่ 4.52 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนการให้บริการครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
6.1 มีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.27 (มาก)	4.03 (มาก)	4.30 (มาก)
6.2 มีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ	4.32 (มาก)	3.97 (มาก)	4.30 (มาก)
6.3 ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.31 (มาก)	4.12 (มาก)	4.21 (มาก)
6.4 มีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้งที่	4.30 (มาก)	3.98 (มาก)	4.26 (มาก)
6.5 เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน	4.12 (มาก)	4.05 (มาก)	4.20 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.26 (มาก)	4.03 (มาก)	4.25 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการให้บริการนานๆ ครั้ง-1 ครั้งต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ ด้านขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.31 และด้านมีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้งที่ ค่าเฉลี่ย 4.30

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 โดยมีปัจจัยย่อยด้าน
 ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาคือ ด้านเวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้า
 และชำระเงิน ค่าเฉลี่ย 4.05 และด้านมีความรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.03

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัย
 ส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 โดยมีปัจจัย
 ย่อยด้านมีความรวดเร็วในการให้บริการ และด้านมีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย
 4.30 รองลงมาคือ ด้านมีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้ง ค่าเฉลี่ย 4.26 และด้าน
 เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน ค่าเฉลี่ย 4.20

ตารางที่ 4.53 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
 การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านค้าบนสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนการ
 ใช้บริการครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
7.1 ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็นได้ชัดเจน	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.09 (มาก)
7.2 การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของ ร้านมีความเป็นกันเอง	4.22 (มาก)	4.05 (มาก)	4.26 (มาก)
7.3 การจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	4.22 (มาก)	4.08 (มาก)	4.17 (มาก)
7.4 ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและ เครื่องดื่ม	4.01 (มาก)	3.90 (มาก)	4.06 (มาก)
7.5 มีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ	4.15 (มาก)	4.18 (มาก)	4.30 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.12 (มาก)	4.01 (มาก)	4.17 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 =
 น้อยที่สุด

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็นได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้าย
 หน้าร้านมีรูปลักษณ์ สี สันสวยงาม มีความคิดสร้างสรรค์ ถูกคำอ่านออก และมองเห็นได้ชัดเจน

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการนานๆ ครั้ง-1 ครั้งต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง และด้านการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือ ด้านมีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.15 และด้านความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟ และเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 4.01

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาคือด้านการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 4.08 และด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาคือ ด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.26 และด้านการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 4.17

ตารางที่ 4.54 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1.1 ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)	4.12 (มาก)
1.2 ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน	4.02 (มาก)	3.96 (มาก)	4.09 (มาก)
1.3 การมีขนม/อาหารว่างจำหน่าย	3.89 (มาก)	3.73 (มาก)	3.91 (มาก)

ตารางที่ 4.54 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1.4 มีเครื่องดีมอื่นๆ นอกจากกาแฟจำหน่าย	3.98 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)
1.5 กาแฟมีความหลากหลายรสชาติให้เลือก	3.89 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)
1.6 ความหลากหลายของขนม/อาหารว่าง	3.92 (มาก)	3.65 (มาก)	3.70 (มาก)
1.7 รสชาติของกาแฟและเครื่องดีมอื่นๆ	3.92 (มาก)	3.89 (มาก)	3.93 (มาก)
1.8 รสชาติของขนม/อาหารว่าง	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.73 (มาก)
1.9 กลิ่นของกาแฟ	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)	3.94 (มาก)
1.10 ภาชนะบรรจุสะอาด	4.04 (มาก)	4.08 (มาก)	4.23 (มาก)
1.11 ภาชนะบรรจุ สวยงาม	3.82 (มาก)	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)
1.12 ความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดีม	3.79 (มาก)	3.90 (มาก)	4.03 (มาก)
1.13 ชื่อเสียงของตราหือของร้าน	3.81 (มาก)	3.77 (มาก)	3.85 (มาก)
1.14 มีกาแฟสูตรพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น	3.60 (มาก)	3.59 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)	3.91 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการนานๆ ครั้ง-1 ครั้งต่อเดือนให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 โดยมีปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาคือ ด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.02 และด้านความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ ด้านรสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.89 และด้านรสชาติของขนม/อาหารว่าง ค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 โดยมีปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมาคือ ด้านความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.12 และด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.09

ตารางที่ 4.55 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
2.1 มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู)	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)	4.09 (มาก)
2.2 มีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)
2.3 มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.93 (มาก)	3.95 (มาก)	4.02 (มาก)
2.4 ราคาถูกกว่าร้านอื่น	3.70 (มาก)	3.59 (มาก)	3.65 (มาก)
2.5 ราคาเท่ากับร้านอื่น	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)	3.76 (มาก)

ตารางที่ 4.55 (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
2.6 มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เช่น เพิ่มวิปิ้งครีม	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	3.69 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.79 (มาก)	3.77 (มาก)	3.85 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการนานๆ ครั้ง- 1 ครั้งต่อเดือนให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมาคือ ด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 3.89 และด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 3.87

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาคือ ด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) และด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 3.89 และด้านมีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เช่นเพิ่มวิปิ้งครีม ค่าเฉลี่ย 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือ ด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.02 และด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 3.89

ตารางที่ 4.56 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
3.1 ท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	4.25 (มาก)
3.2 มีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือที่ทำงาน	3.41 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
3.3 มีที่จอดรถสะดวก	3.34 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
3.4 มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน	3.73 (มาก)	3.59 (มาก)	3.87 (มาก)
3.5 เวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ	3.89 (มาก)	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.64 (มาก)	3.52 (มาก)	3.73 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

ด้านการจัดจำหน่าย มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ทั้งระยะใกล้และระยะไกล ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการนานๆ ครั้ง – 1 ครั้ง ต่อเดือน ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยมีปัจจัยย่อยด้านเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาคือ ด้านท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.86 และด้านมีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.73

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 โดยมีปัจจัยย่อยด้านท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมาคือ ด้านเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.73 และด้านมีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.59

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสนใจพียงกับปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 โดยมีปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมาคือ ด้านเวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.00 และด้านมีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.87

ตารางที่ 4.57 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าเน้นสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต	3.54 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
4.2 การมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3.54 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
4.3 การให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ	3.50 (มาก)	3.51 (มาก)	3.60 (มาก)
4.4 มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	3.72 (มาก)
4.5 การบริการของพนักงานขายโดยรวม	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.60 (มาก)	3.55 (มาก)	3.69 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการนานๆ ครั้ง – 1 ครั้งต่อเดือน ให้ความสนใจพียงกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือ ด้านการโฆษณา

ผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ด้านการมีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล และด้านมีสิทธิพิเศษ ให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.54 และด้านการให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 โดยมี ปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมาคือ ด้านการให้ส่วนลดใน เทศกาล โอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.51 และด้านมีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความพึงพอใจกับปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 โดยมี ปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือ ด้านสิทธิพิเศษให้แก่ สมาชิก เช่น ส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.72 และด้านการให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.60

ตารางที่ 4.58 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนการใช้บริการครั้งต่อ เดือน

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
5.1 มารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)	4.10 (มาก)
5.2 พนักงานแต่งกายเหมาะสม	4.11 (มาก)	3.90 (มาก)	4.09 (มาก)
5.3 การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	4.16 (มาก)	3.90 (มาก)	4.12 (มาก)
5.4 จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	4.07 (มาก)	3.91 (มาก)	4.06 (มาก)
5.5 พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ	3.97 (มาก)	3.89 (มาก)	4.02 (มาก)
5.6 พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม	4.12 (มาก)	3.93 (มาก)	4.09 (มาก)

ตารางที่ 4.58 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.06 (มาก)	3.93 (มาก)	4.16 (มาก)
5.8 พนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน	4.17 (มาก)	4.03 (มาก)	4.26 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.09 (มาก)	3.93 (มาก)	4.11 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการนานๆ ครั้ง -1 ครั้งต่อเดือนให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 โดยมีปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.16 และด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม ค่าเฉลี่ย 4.12

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 โดยมีปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาคือ ด้านมารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี ค่าเฉลี่ย 3.96 และด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม ด้านพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 3.93

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 โดยมีปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาคือ ด้านพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.16 และด้านการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.12

ตารางที่ 4.59 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการของร้านค้าเนินสะดวกออฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
6.1 มีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.16 (มาก)	3.87 (มาก)	4.08 (มาก)
6.2 มีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ	4.11 (มาก)	3.88 (มาก)	4.14 (มาก)
6.3 ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.09 (มาก)	4.01 (มาก)	4.26 (มาก)
6.4 มีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกัน ทุกครั้ง	4.08 (มาก)	3.87 (มาก)	4.09 (มาก)
6.5 เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)	4.11 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.07 (มาก)	3.91 (มาก)	4.13 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการนานๆ ครั้ง – 1 ครั้งต่อเดือนให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีความรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาคือ ด้านมีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.11 และด้านเวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน ค่าเฉลี่ย 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 โดยมีปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือ ด้านเวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน ค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านมีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความสนใจพียงพอใจกับปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 โดยมีปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาคือ ด้านมีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.14 และด้านเวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน ค่าเฉลี่ย 4.11

ตารางที่ 4.60 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านค้าบนสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ		
	นานๆ ครั้ง-1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
7.1 ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็น ได้ชัดเจน	3.89 (มาก)	3.64 (มาก)	3.86 (มาก)
7.2 การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง	4.12 (มาก)	3.88 (มาก)	4.20 (มาก)
7.3 การจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	4.01 (มาก)	3.91 (มาก)	3.93 (มาก)
7.4 ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องดื่ม	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)	3.94 (มาก)
7.5 มีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ	3.93 (มาก)	4.01 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.98 (มาก)	3.86 (มาก)	3.96 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็น ได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านมีรูปลักษณ์ สี สันสวยงาม มีความคิดสร้างสรรค์ ถูกคำอ่านออก และมองเห็น ได้ชัดเจน

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการนานๆ ครั้ง – 1 ครั้งต่อเดือน ให้ความสนใจพียงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาคือ ด้านการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 4.01 และด้านความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือ ด้านการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 3.91 และด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ ด้านความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 3.9

5.3 จำแนกจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ตารางที่ 4.61 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1.1 ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)
1.2 ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในร้าน	4.23 (มาก)	4.22 (มาก)
1.3 การมีขนม/อาหารว่างจำหน่าย	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)
1.4 มีเครื่องดื่มอื่นๆ นอกจากกาแฟจำหน่าย	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)
1.5 กาแฟมีความหลากหลายรสชาติให้เลือก	3.97 (มาก)	4.08 (มาก)
1.6 ความหลากหลายของขนม/อาหารว่าง	3.77 (มาก)	3.94 (มาก)

ตารางที่ 4.61 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1.7 รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ	4.25 (มาก)	4.16 (มาก)
1.8 รสชาติของขนม/อาหารว่าง	4.04 (มาก)	4.02 (มาก)
1.9 กลิ่นของกาแฟ	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)
1.10 ภาพขณะบรรจุสะอาด	4.33 (มาก)	4.35 (มาก)
1.11 ภาพขณะบรรจุ สวยงาม	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)
1.12 ความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่ม	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)
1.13 ชื่อเสียงของตราหือของร้าน	3.67 (มาก)	3.69 (มาก)
1.14 มีกาแฟสูตรพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น	3.61 (มาก)	3.80 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.01 (มาก)	4.03 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 โดยมีปัจจัยย่อยด้าน
ภาพขณะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ ด้านรสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.25
และด้านความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 4.24

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัย
ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 โดยมีปัจจัยย่อย

ด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาคือ ด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.22 และด้านความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่มค่าเฉลี่ย 4.19

ตารางที่ 4.62 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
2.1 มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู)	4.21 (มาก)	4.19 (มาก)
2.2 มีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน	4.11 (มาก)	4.23 (มาก)
2.3 มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.18 (มาก)	4.29 (มาก)
2.4 ราคาถูกกว่าร้านอื่น	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)
2.5 ราคาเท่ากับร้านอื่น	3.76 (มาก)	3.81 (มาก)
2.6 มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เช่น เพิ่มวิปิ้งครีม	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาคือ ด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.18 และด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 4.11

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมี

ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาคือ ด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 4.23 และด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 4.19

ตารางที่ 4.63 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายของร้านค้าเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
3.1 ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน	4.23 (มาก)	4.04 (มาก)
3.2 มีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือที่ทำงาน	3.40 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
3.3 มีที่จอดรถสะดวก	3.75 (มาก)	3.86 (มาก)
3.4 มีป้ายร้าน เห็น ได้ชัดเจน	3.84 (มาก)	3.87 (มาก)
3.5 เวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ	3.97 (มาก)	4.02 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

ด้านการจัดจำหน่าย มีป้ายร้าน เห็น ได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านที่ลูกค้าสามารถมองเห็น ได้ทั้งระยะใกล้ และระยะไกล ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยมีปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมาคือ ด้านเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.97 และด้านมีป้ายร้าน เห็น ได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.84

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยมีปัจจัย

ย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาคือ ด้านเวลาเปิด-ปิด
สะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.02 และด้านมีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.87

ตารางที่ 4.64 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
การส่งเสริมการตลาดของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)
4.2 การมีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3.70 (มาก)	3.72 (มาก)
4.3 การให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)
4.4 มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด	3.76 (มาก)	3.87 (มาก)
4.5 การบริการของพนักงานขายโดยรวม	4.24 (มาก)	4.23 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.81 (มาก)	3.86 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริม
การตลาด ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 โดยมีปัจจัย
ย่อยด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ ด้านมีสิทธิพิเศษให้แก่
สมาชิก เช่น ส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.76 และด้านการให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัย
ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 โดยมี
ปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมาคือ ด้านมีสิทธิพิเศษให้แก่
สมาชิก เช่น ส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.87 และด้านการให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.80

ตารางที่ 4.65 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความสำคัญ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
5.1 มารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี	4.36 (มาก)	4.29 (มาก)
5.2 พนักงานแต่งกายเหมาะสม	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)
5.3 การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	4.24 (มาก)	4.27 (มาก)
5.4 จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	4.15 (มาก)	4.16 (มาก)
5.5 พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ	4.12 (มาก)	4.16 (มาก)
5.6 พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม	4.21 (มาก)	4.24 (มาก)
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.21 (มาก)	4.31 (มาก)
5.8 พนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน	4.26 (มาก)	4.34 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.21 (มาก)	4.24 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.65 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี ค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาคือ ด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.26 และด้านการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.24

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 โดยมี ปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาคือ ด้านพนักงาน ให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.31 และด้านมารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี ค่าเฉลี่ย 4.29

ตารางที่ 4.66 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน กระบวนการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
6.1 มีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.15 (มาก)	4.33 (มาก)
6.2 มีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ	4.20 (มาก)	4.23 (มาก)
6.3 ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.16 (มาก)	4.43 (มาก)
6.4 มีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกัน ทุกครั้ง	4.15 (มาก)	4.28 (มาก)
6.5 เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน	4.05 (มาก)	4.28 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.14 (มาก)	4.31 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ
ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 โดยมีปัจจัยย่อย
ด้านมีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ ด้านขั้นตอนการสั่งของไม่
ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.16 และด้านมีความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านมีระบบการให้บริการที่ได้
มาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้ง ค่าเฉลี่ย 4.15

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 โดยมีปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาคือ ด้านมีความรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.33 และด้านมีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้ง ด้านเวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน ค่าเฉลี่ย 4.28

ตารางที่ 4.67 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านค้าเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
7.1 ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็นได้ชัดเจน	3.99 (มาก)	3.99 (มาก)
7.2 การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)
7.3 การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	4.13 (มาก)	4.21 (มาก)
7.4 ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องคั่ว	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)
7.5 มีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ	4.18 (มาก)	4.29 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.09 (มาก)	4.13 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

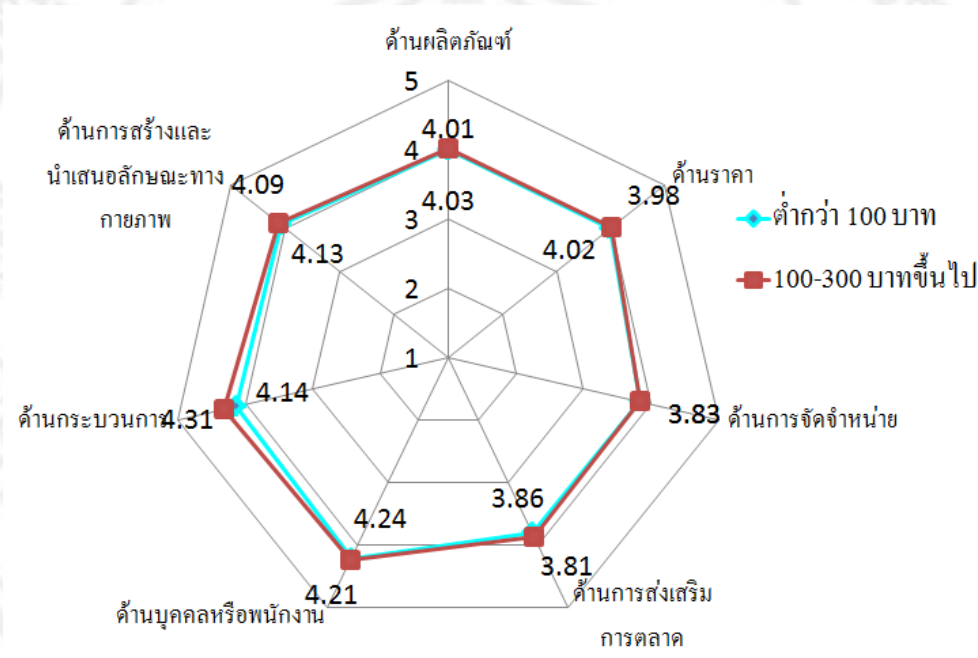
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็นได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านมีรูปลักษณ์ สี สันสวยงาม มีความคิดสร้างสรรค์ ลูกค้อ่านออก และมองเห็นได้ชัดเจน

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 4.09 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ ด้านมีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.18 และด้านการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 4.13

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาคือ ด้านการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 4.21 และด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.16



ภาพที่ 4.5 ค่าระดับความสำคัญ ของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

จากภาพที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง โดยจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง ต่ำกว่า 100 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามระดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

จำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามระดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างความและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.68 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1.1 ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)
1.2 ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)
1.3 การมีขนม/อาหารว่างจำหน่าย	3.87 (มาก)	3.83 (มาก)
1.4 มีเครื่องดื่มอื่นๆ นอกจากกาแฟจำหน่าย	3.86 (มาก)	4.03 (มาก)
1.5 กาแฟมีความหลากหลายรสชาติให้เลือก	3.87 (มาก)	3.95 (มาก)
1.6 ความหลากหลายของขนม/อาหารว่าง	3.72 (มาก)	3.81 (มาก)
1.7 รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ	3.91 (มาก)	3.93 (มาก)
1.8 รสชาติของขนม/อาหารว่าง	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)
1.9 กลิ่นของกาแฟ	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)
1.10 ภาชนะบรรจุสะอาด	4.16 (มาก)	4.05 (มาก)
1.11 ภาชนะบรรจุ สวยงาม	3.93 (มาก)	3.73 (มาก)

ตารางที่ 4.68 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1.13 ชื่อเสียงของตราหือของร้าน	3.84 (มาก)	3.77 (มาก)
1.14 มีกาแฟสูตรพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น	3.47 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.87 (มาก)	3.88 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.68 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 โดยมีปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาคือ ด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.05 และด้านความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 โดยมีปัจจัยย่อยด้านภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมาคือ ด้านมีเครื่องดื่มอื่นๆ นอกจากกาแฟจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.03 และด้านความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.02

ตารางที่ 4.69 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
2.1 มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
2.2 มีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน	3.86 (มาก)	3.93 (มาก)
2.3 มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.98 (มาก)	3.96 (มาก)
2.4 ราคาถูกกว่าร้านอื่น	3.67 (มาก)	3.61 (มาก)
2.5 ราคาเท่ากับร้านอื่น	3.72 (มาก)	3.63 (มาก)
2.6 มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เช่น เพิ่มวิปิ้งครีม	3.68 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.69 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.98 และด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือ ด้านมีราคาให้เลือกตามประเภทของการรับประทาน ค่าเฉลี่ย 3.93 และด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) ค่าเฉลี่ย 3.92

ตารางที่ 4.70 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายของร้านค้าสินค้าสะดวกซื้อที่กาแฟ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
3.1 ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน	4.10 (มาก)	3.89 (มาก)
3.2 มีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือที่ทำงาน	3.36 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
3.3 มีที่จอดรถสะดวก	3.18 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
3.4 มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน	3.73 (มาก)	3.77 (มาก)
3.5 เวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ	3.88 (มาก)	3.90 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

ด้านการจัดจำหน่าย มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านที่ลูกค้าสามารถมองเห็น ได้ทั้งระยะใกล้และระยะไกล ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

จากตารางที่ 4.70 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 โดยมีปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมาคือ ด้านเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.88 และด้านมีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.73

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยมีปัจจัยย่อยด้านเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือ ด้านทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.89 และด้านมีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.77

ตารางที่ 4.71 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต	3.44 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
4.2 การมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3.61 (มาก)	3.52 (มาก)
4.3 การให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ	3.52 (มาก)	3.58 (มาก)
4.4 มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด	3.58 (มาก)	3.62 (มาก)
4.5 การบริการของพนักงานขายโดยรวม	3.91 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.61 (มาก)	3.64 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.71 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาทให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมาคือ ด้านการมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล ค่าเฉลี่ย 3.61 และด้านมีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาคือ ด้านมีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด ค่าเฉลี่ย 3.62 และ ด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ย 3.55

ตารางที่ 4.72 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
5.1 มารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี	4.04 (มาก)	4.08 (มาก)
5.2 พนักงานแต่งกายเหมาะสม	4.03 (มาก)	4.06 (มาก)
5.3 การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	4.05 (มาก)	4.10 (มาก)
5.4 จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	4.02 (มาก)	4.03 (มาก)
5.5 พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ	3.93 (มาก)	4.03 (มาก)
5.6 พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม	4.06 (มาก)	4.03 (มาก)
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.05 (มาก)	4.07 (มาก)
5.8 พนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.72 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 โดยมีปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ ด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม ค่าเฉลี่ย 4.06 และด้านการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ ด้านพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.07 โดยมีปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.10 และด้านมารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี ค่าเฉลี่ย 4.08

ตารางที่ 4.73 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของร้านค้าเนินสะดวกออฟฟิศาแฟ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
6.1 มีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)
6.2 มีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ	4.06 (มาก)	4.05 (มาก)
6.3 ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.10 (มาก)	4.19 (มาก)
6.4 มีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้ง	3.99 (มาก)	4.08 (มาก)
6.5 เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	4.03 (มาก)	4.07 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.73 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 โดยมีปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ ด้านมีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.06 และด้านมีความรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.04

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 โดยมีปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการส่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ ด้านมีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้ง ค่าเฉลี่ย 4.08 และด้านมีความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านมีการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.05

ตารางที่ 4.74 ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านค้าเนินสะดวกออฟฟิศกาแฟ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ	
	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
7.1 ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็นได้ชัดเจน	3.78 (มาก)	3.84 (มาก)
7.2 การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง	4.10 (มาก)	4.04 (มาก)
7.3 การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	3.90 (มาก)	4.04 (มาก)
7.4 ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องคั่ว	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)
7.5 มีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความต้องการ	3.85 (มาก)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)

หมายเหตุ : คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 =มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

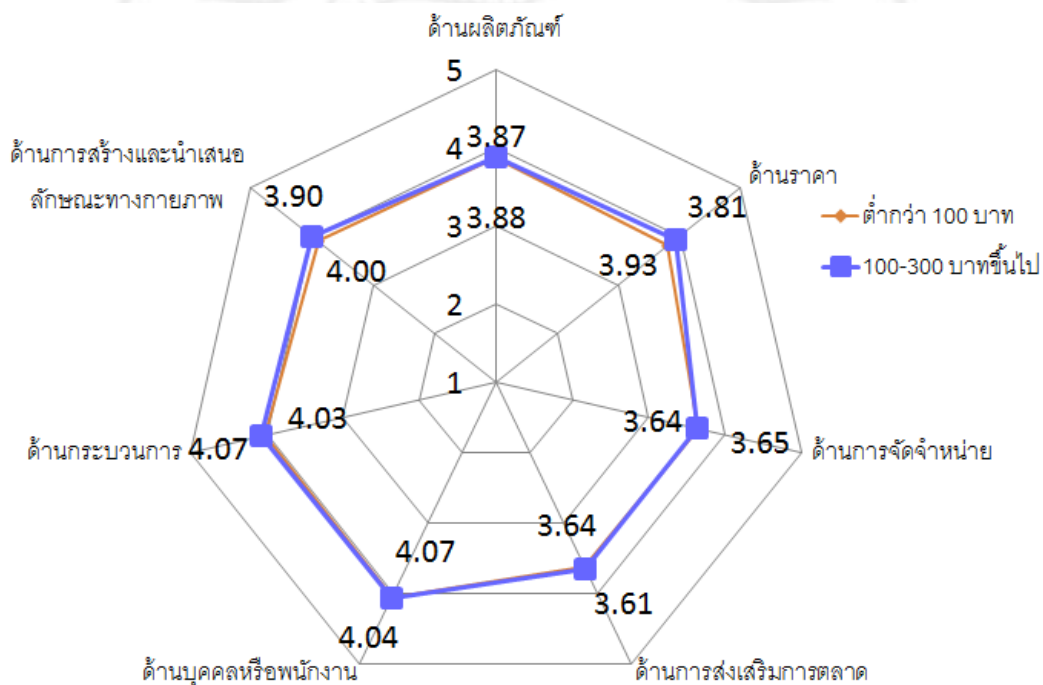
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็นได้ชัดเจน คือ ลักษณะของป้ายหน้าร้านมีรูปลักษณ์ สี สันสวยงาม มีความคิดสร้างสรรค์ ลูกค้อ่านออก และมองเห็นได้ชัดเจน

จากตารางที่ 4.74 พบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ ด้านการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ด้านความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องคั่ว ค่าเฉลี่ย 3.90 และด้านมีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับความ ต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.85

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความพึงพอใจกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีจำนวนที่นั่งเพียงพอความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ ด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ด้านการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 4.04 และด้านความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟ และเครื่องคั่ว ค่าเฉลี่ย 4.00



ภาพที่ 4.6 ค่าระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวก คอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง

จากภาพที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด บริการโดยรวมของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง โดยจำนวน เงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง ต่ำกว่า 100 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามระดับ ความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอ

ลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

จำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง 100-300 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามระดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการ สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้าน การจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA (Importance-Performance Analysis : IPA)

ตารางที่ 4.75 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน ประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกออฟฟิศคาเฟ่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเรียงลำดับตามระดับ ความพึงพอใจจากมากไปน้อย

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1	พนักงานมีความถูกต้อง ในการคิดเงิน	4.29 (มาก)	ด้านบุคคลหรือ พนักงาน	4.16 (มาก)	B
2	ขั้นตอนการตั้งของไม้ ยุ่งยากซับซ้อน	4.26 (มาก)	ด้าน กระบวนการ	4.13 (มาก)	B
3	ภาชนะบรรจุสะอาด	4.34 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.12 (มาก)	B
4	การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของ ร้านมีความเป็นกันเอง	4.19 (มาก)	ด้าน การสร้าง และ นำ เสน อ ลักษณะทาง กายภาพ	4.08 (มาก)	B
5	การตอบสนองและความ เต็มใจของพนักงานใน การให้บริการ	4.25 (มาก)	ด้านบุคคลหรือ พนักงาน	4.07 (มาก)	B
6	พนักงานให้บริการลูกค้า อย่างรวดเร็ว	4.24 (มาก)	ด้านบุคคลหรือ พนักงาน	4.06 (มาก)	B

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
7	มารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี	4.33 (มาก)	ด้านบุคคลหรือ พนักงาน	4.06 (มาก)	B
8	มีการให้บริการที่ถูกต้อง อย่างสม่ำเสมอ	4.21 (มาก)	ด้าน กระบวนการ	4.06 (มาก)	B
9	พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้า อย่างเท่าเทียม	4.22 (มาก)	ด้านบุคคลหรือ พนักงาน	4.05 (มาก)	B
10	มีความรวดเร็วในการ ให้บริการ	4.21 (มาก)	ด้าน กระบวนการ	4.05 (มาก)	B
11	พนักงาน แต่งกาย เหมาะสม	4.17 (มาก)	ด้านบุคคลหรือ พนักงาน	4.04 (มาก)	B
12	ความสะอาดของ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายใน ร้าน	4.23 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.03 (มาก)	B
13	ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ กับที่พัก หรือที่ทำงาน	4.17 (มาก)	ด้าน การจัด จำหน่าย	4.03 (มาก)	B
14	จำนวนพนักงานเพียงพอ ที่จะให้บริการ	4.16 (มาก)	ด้านบุคคลหรือ พนักงาน	4.02 (มาก)	B
15	มีระบบการให้บริการที่ ได้มาตรฐาน เหมือนกัน ทุกครั้ง	4.20 (มาก)	ด้าน กระบวนการ	4.02 (มาก)	B
16	ความสดใหม่ของ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายใน ร้าน	4.16 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.01 (มาก)	B
17	เวลาที่ต้องรอในการ สั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน	4.13 (มาก)	ด้าน กระบวนการ	4.00 (มาก)	B

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
18	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู)	4.21 (มาก)	ด้านราคา	3.97 (มาก)	B
19	มีราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	4.22 (มาก)	ด้านราคา	3.97 (มาก)	B
20	พนักงานสามารถตอบข้อ ซักถามและให้ข้อมูลใน สิ่งที่ต้องการทราบ	4.14 (มาก)	ด้านบุคคลหรือ พนักงาน	3.97 (มาก)	B
21	การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และ อุปกรณ์เป็นระเบียบ	4.16 (มาก)	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	3.95 (มาก)	B
22	มีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับ ความต้องการ	4.22 (มาก)	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	3.94 (มาก)	B
23	ความทันสมัยของ อุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและ เครื่องดื่ม	4.00 (มาก)	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	3.93 (มาก)	B
24	มีเครื่องดื่มอื่นๆ นอกจาก กาแฟจำหน่าย	4.04 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.92 (มาก)	B
25	การบริการของพนักงาน ขายโดยรวม	4.24 (มาก)	ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.92 (มาก)	B
26	รสชาติของกาแฟและ เครื่องดื่มอื่นๆ	4.22 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.92 (มาก)	B

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
27	ความสม่ำเสมอของ รสชาติกาแฟ และ เครื่องดื่ม	4.23 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.92 (มาก)	B
28	กลิ่นของกาแฟ	4.06 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.90 (มาก)	B
29	กาแฟมีความหลากหลาย รสชาติให้เลือก	4.01 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.90 (มาก)	B
30	มีราคาให้เลือกตาม ประเภทของการ รับประทาน	4.16 (มาก)	ด้านราคา	3.89 (มาก)	B
31	เวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อ การใช้บริการ	3.99 (มาก)	ด้านการจัด จำหน่าย	3.89 (มาก)	B
32	ภาชนะบรรจุ สวยงาม	3.96 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.86 (มาก)	B
33	การมีขนม/อาหารว่าง จำหน่าย	4.04 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.85 (มาก)	B
34	ชื่อเสียงของตราห้อยของ ร้าน	3.68 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.81 (มาก)	B
35	ป้ายหน้าร้านสวยงาม และมองเห็นได้ชัดเจน	3.99 (มาก)	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	3.81 (มาก)	B
36	รสชาติของขนม/อาหาร ว่าง	4.03 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.80 (มาก)	B
37	ความหลากหลายของ ขนม/อาหารว่าง	3.83 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.75 (มาก)	B

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
38	มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน	3.85 (มาก)	ด้าน การ จัด จำหน่าย	3.75 (มาก)	B
39	มีราคาตามส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เช่น เพิ่มวิปิ้งครีม	3.86 (มาก)	ด้านราคา	3.71 (มาก)	B
40	ราคาเท่ากับร้านอื่น	3.78 (มาก)	ด้านราคา	3.69 (มาก)	B
41	ราคาถูกกว่าร้านอื่น	3.81 (มาก)	ด้านราคา	3.65 (มาก)	B
42	มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด	3.80 (มาก)	ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.60 (มาก)	B
43	การมีการสะสมยอดเพื่อ แลกของรางวัล	3.71 (มาก)	ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.58 (มาก)	B
44	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต	3.67 (มาก)	ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.48 (ปานกลาง)	B
45	มีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือที่ทำงาน	3.40 (ปานกลาง)	ด้าน การ จัด จำหน่าย	3.38 (ปานกลาง)	B
46	มีที่จอดรถสะดวก	3.79 (มาก)	ด้าน การ จัด จำหน่าย	3.21 (ปานกลาง)	B

ตารางที่ 4.76 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน
 ประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเรียงลำดับตามระดับ
 ความพึงพอใจจากมากไปน้อย จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1	มารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี	4.36 (มาก)	ด้านบุคคล หรือพนักงาน	4.04 (มาก)	B
2	ภาชนะบรรจุสะอาด	4.33 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.16 (มาก)	B
3	รสชาติของกาแฟและ เครื่องดื่มอื่นๆ	4.25 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.91 (มาก)	B
4	ความสม่ำเสมอของ รสชาติกาแฟ และ เครื่องดื่ม	4.24 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.92 (มาก)	B
5	การบริการของพนักงาน ขายโดยรวม	4.24 (มาก)	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	3.91 (มาก)	B
6	การตอบสนองและความ เต็มใจของพนักงานในการ ให้บริการ	4.24 (มาก)	ด้านบุคคล หรือพนักงาน	4.05 (มาก)	B
7	ความสะอาดของ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายใน ร้าน	4.23 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.05 (มาก)	B
8	ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ กับที่พัก หรือที่ทำงาน	4.23 (มาก)	ด้านจัด จำหน่าย	4.10 (มาก)	B
9	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู)	4.21 (มาก)	ด้านราคา	4.00 (มาก)	B
10	พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้า อย่างเท่าเทียม	4.21 (มาก)	ด้านบุคคล หรือพนักงาน	4.06 (มาก)	B

ตารางที่ 4.76 (ต่อ)

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
11	มีการให้บริการที่ถูกต้อง อย่างสม่ำเสมอ	4.20 (มาก)	ด้าน กระบวนการ	4.06 (มาก)	B
12	การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของ ร้านมีความเป็นกันเอง	4.20 (มาก)	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	4.10 (มาก)	B
13	มีราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	4.18 (มาก)	ด้านราคา	3.98 (มาก)	B
14	มีจำนวนที่นั่งเพียงพอกับ ความต้องการ	4.18 (มาก)	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	3.85 (มาก)	B
15	พนักงานแต่งกาย เหมาะสม	4.17 (มาก)	ด้านบุคคล หรือพนักงาน	4.03 (มาก)	B
16	ขั้นตอนการสั่งของไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	4.16 (มาก)	ด้าน กระบวนการ	4.10 (มาก)	B
17	ความสะอาดใหม่ของ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายใน ร้าน	4.15 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.00 (มาก)	B
18	จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	4.15 (มาก)	ด้านบุคคล หรือพนักงาน	4.02 (มาก)	B
19	มีความรวดเร็วในการ ให้บริการ	4.15 (มาก)	ด้าน กระบวนการ	4.04 (มาก)	B
20	มีระบบการให้บริการที่ได้ มาตรฐานเหมือนกันทุก ครั้ง	4.15 (มาก)	ด้าน กระบวนการ	3.99 (มาก)	B

ตารางที่ 4.76 (ต่อ)

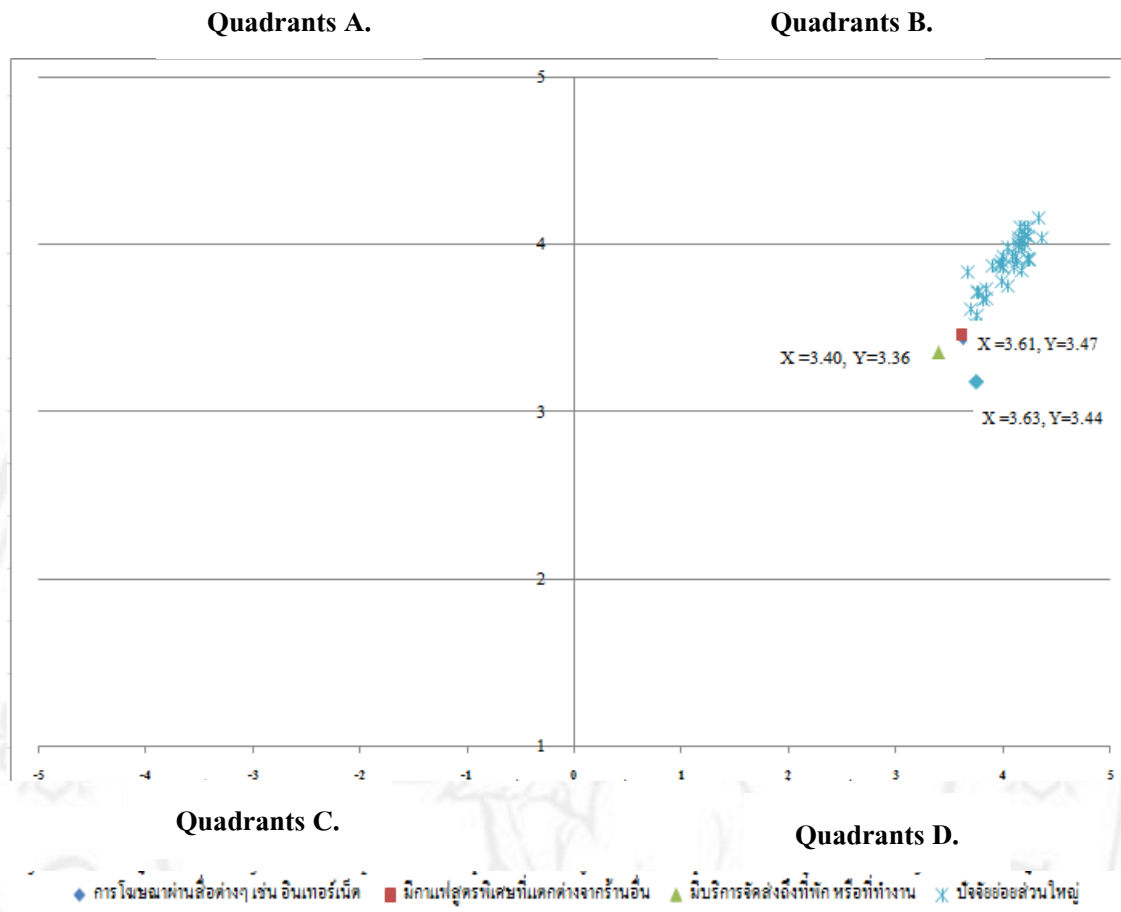
อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
21	การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และ อุปกรณ์เป็นระเบียบ	4.13 (มาก)	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	3.90 (มาก)	B
22	พนักงานสามารถตอบข้อ ซักถามและให้ข้อมูลในสิ่ง ที่ต้องการทราบ	4.12 (มาก)	ด้านบุคคล หรือพนักงาน	3.93 (มาก)	B
23	มีราคาให้เลือกรตาม ประเภทของการ รับประทาน	4.11 (มาก)	ด้านราคา	3.86 (มาก)	B
24	กลิ่นของกาแฟ	4.09 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.93 (มาก)	B
25	เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อ สินค้าและชำระเงิน	4.05 (มาก)	ด้าน กระบวนการ	3.98 (มาก)	B
26	รสชาติของขนม/อาหาร ว่าง	4.04 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.75 (มาก)	B
27	มีเครื่องดื่มอื่นๆ นอกจาก กาแฟจำหน่าย	4.00 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.86 (มาก)	B
28	ภาชนะบรรจุ สวยงาม	4.00 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.93 (มาก)	B
29	ป้ายหน้าร้านสวยงาม และ มองเห็นได้ชัดเจน	3.99 (มาก)	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	3.78 (มาก)	B

ตารางที่ 4.76 (ต่อ)

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
30	ความทันสมัยของอุปกรณ์ ที่ใช้ซิงกาแพและเครื่องต้ม	3.99 (มาก)	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	3.90 (มาก)	B
31	กาแพมีความหลากหลาย รสชาติให้เลือก	3.97 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.87 (มาก)	B
32	เวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อ การใช้บริการ	3.97 (มาก)	ด้านจัด จำหน่าย	3.88 (มาก)	B
33	การมีขนม/อาหารว่าง จำหน่าย	3.90 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.87 (มาก)	B
34	มีราคาตามส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เช่น เพิ่มวิปปีงครีม	3.85 (มาก)	ด้านราคา	3.68 (มาก)	B
35	มีป้ายร้าน เห็นได้ชัดเจน	3.84 (มาก)	ด้านจัด จำหน่าย	3.73 (มาก)	B
36	ราคาถูกกว่าร้านอื่น	3.81 (มาก)	ด้านราคา	3.67 (มาก)	B
37	ความหลากหลายของ ขนม/อาหารว่าง	3.77 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.72 (มาก)	B
38	ราคาเท่ากับร้านอื่น	3.76 (มาก)	ด้านราคา	3.72 (มาก)	B
39	มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่นส่วนลด	3.76 (มาก)	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	3.58 (มาก)	B
40	มีที่จอดรถสะดวก	3.75 (มาก)	ด้านจัด จำหน่าย	3.18 (ปานกลาง)	B

ตารางที่ 4.76 (ต่อ)

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
41	การให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ	3.75 (มาก)	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	3.52 (มาก)	B
42	การมีการสะสมยอดเพื่อ แลกของรางวัล	3.70 (มาก)	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	3.61 (มาก)	B
43	ชื่อเสียงของตรายี่ห้อของ ร้าน	3.67 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.84 (มาก)	B
44	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต	3.63 (มาก)	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	3.44 (ปานกลาง)	B
45	มีกาแพคเกจพิเศษที่ แตกต่างจากร้านอื่น	3.61 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.47 (ปานกลาง)	B
46	มีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือที่ทำงาน	3.40 (ปานกลาง)	ด้านจัด จำหน่าย	3.36 (ปานกลาง)	B



ภาพที่ 4.8 แสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความสำคัญและการประเมินความพึงพอใจของบิจัยย่อยบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท โดยใช้แกนมาตรฐาน จุดกึ่งกลางเท่ากับ 3 ตามมาตรวัด Rating Scale

จากภาพที่ 4.8 พบว่า บิจัยย่อยทางการตลาดส่วนใหญ่เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง ที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท พบว่า บิจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrants B ซึ่งหมายถึงผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ถูกค่าให้ความสำคัญมากแต่มีบางบิจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants B ที่มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าบิจัยย่อยส่วนใหญ่ ซึ่งได้แก่บิจัยย่อยการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นอินเทอร์เน็ต บิจัยย่อยมีกาแฟสูตรพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น และบิจัยย่อยมีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือที่ทำงานทั้งนี้ในบิจัยของการศึกษารั้งนี้ไม่ปรากฏอยู่ใน Quadrants A, C และ D

ตารางที่ 4.77 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน
 ประสมการตลาดบริการของร้านค้าเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเรียงตามระดับ
 ผลต่างระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจ 10 อันดับแรก จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อ
 ครั้งที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	ผลต่างระดับ ความสำคัญ และระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับ ที่
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
1	มารยาท มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี	4.36 (มาก)	ด้านบุคคล หรือพนักงาน	4.04 (มาก)	0.32	3
2	ภาชนะบรรจุสะอาด	4.33 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.16 (มาก)	0.17	7
3	รสชาติของกาแฟและ เครื่องดื่มอื่นๆ	4.25 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.91 (มาก)	0.34	1
4	ความสม่ำเสมอของ รสชาติกาแฟ และ เครื่องดื่ม	4.24 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.92 (มาก)	0.32	3
5	การบริการของพนักงาน ขายโดยรวม	4.24 (มาก)	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	3.91 (มาก)	0.33	2
6	การตอบสนองและความ เต็มใจของพนักงานใน การให้บริการ	4.24 (มาก)	ด้านบุคคล หรือพนักงาน	4.05 (มาก)	0.19	5
7	ความสะอาดของ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายใน ร้าน	4.23 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.05 (มาก)	0.18	6
8	ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ กับที่พัก หรือที่ทำงาน	4.23 (มาก)	ด้านจัด จำหน่าย	4.10 (มาก)	0.13	8
9	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู)	4.21 (มาก)	ด้านราคา	4.00 (มาก)	0.21	4
10	พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้า อย่างเท่าเทียม	4.21 (มาก)	ด้านบุคคล หรือพนักงาน	4.06 (มาก)	0.15	9

จากตารางที่ 4.77 พบว่า เมื่อจำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท ปัจจัยย่อยทางการตลาดส่วนใหญ่เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrants B ซึ่งหมายถึงผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ถูกค่าให้ความสำคัญมาก โดยระดับความสำคัญในระดับมาก 10 อันดับแรก นำมาวิเคราะห์ผลต่างของระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ พบว่า มีปัจจัยย่อยที่ผลต่างมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยของรสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยของการบริการของพนักงานขายโดยรวม และด้านบุคคลหรือพนักงานในปัจจัยของมารยาทมนุษยสัมพันธ์ บุคลิกดี ด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยของความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟ และเครื่องดื่ม

ส่วนที่ 7 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของบริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ในจังหวัดเชียงใหม่

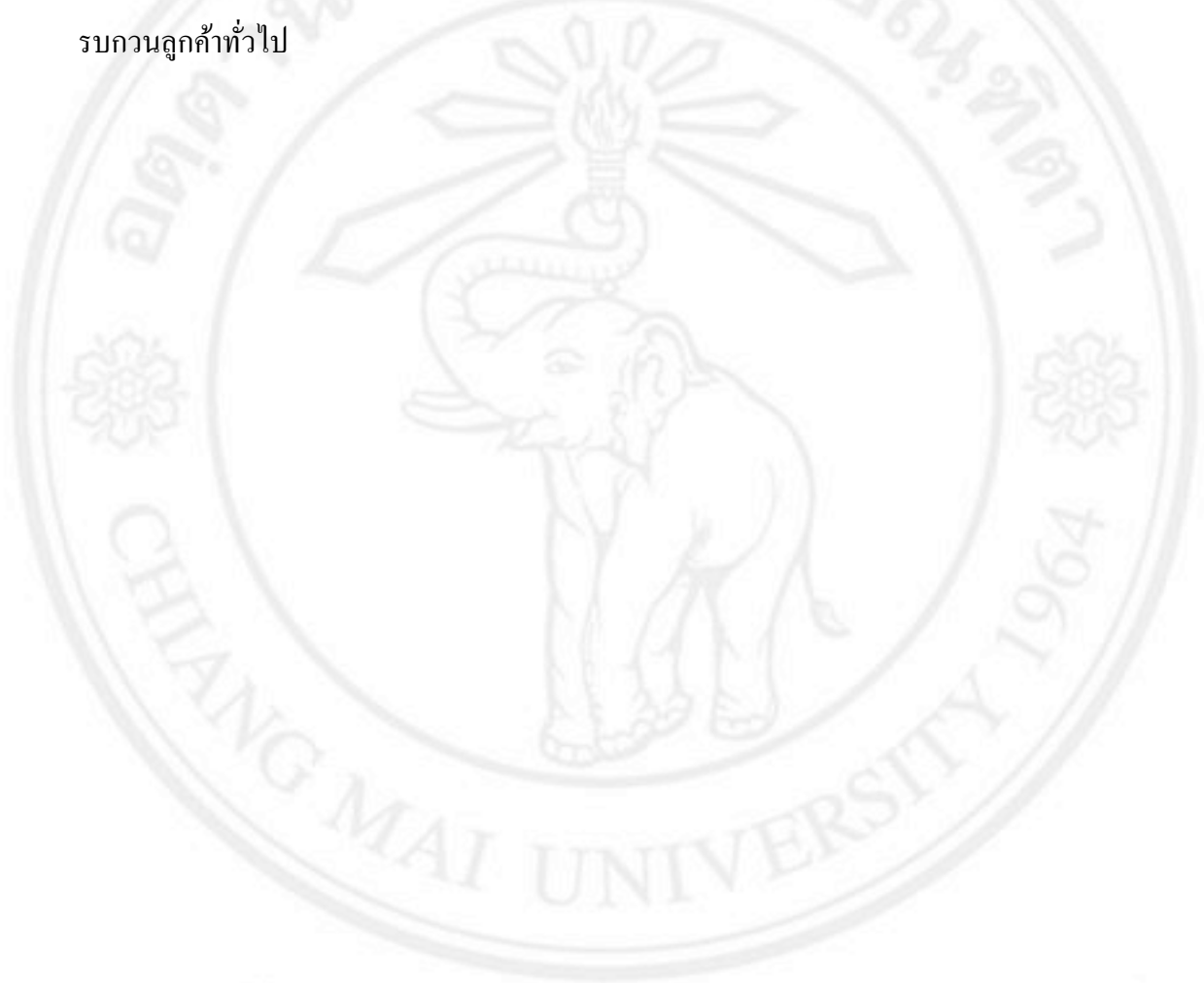
ตารางที่ 4.78 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาและข้อเสนอแนะที่พบต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่

ปัญหาและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ - ควรเพิ่มเมนูเครื่องดื่มให้มากกว่านี้ เช่น เฟรนฟราย	18	6.0
2. ด้านราคา - ราคาเครื่องดื่มบางอย่างแพงเกินไปควรปรับเพื่อให้เหมาะกับนักเรียนและนักศึกษา	5	1.7
3. ด้านการจัดจำหน่าย - เพิ่มเวลาเปิด-ปิด เป็น 8.00-22.00 น. - ที่จอดรถไม่เพียงพอ	2 68	0.6 22.6
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด - บริการเสริม Wifi มีปัญหาเมื่อใช้งาน	32	10.6
5. ด้านบุคคลหรือพนักงาน	0	0.0
6. ด้านกระบวนการ	0	0.0
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ - ควรปรับปรุงสวนด้านหลังให้น่านั่งพักผ่อนให้มากขึ้น เพราะรกๆ - ควรจัดสถานที่สูบบุหรี่ แยกจากสถานที่ลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการ	10 20	3.3 6.7

จากตารางที่ 4.78 พบว่า ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยพบในปัจจัยด้านที่จอดรถไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 22.6 รองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยพบในปัจจัยย่อยด้านบริการเสริม Wifi มีปัญหาเมื่อใช้งาน คิดเป็น

ร้อยละ 10.6 และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยพบในปัจจัยย่อยด้านควรจัดสถานที่สูบบุหรี่ แยกจากสถานที่ลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 6.7

แนวทางแก้ไขในแต่ละปัญหา คือ 1. ด้านที่จอดรถไม่เพียงพอ ทางร้านจะจัดหาพื้นที่บริเวณใกล้เคียง โดยจะติดป้ายพื้นที่จอดรถได้ 2. ด้าน Wifi มีปัญหาเมื่อใช้งาน ทางร้านจะปรับปรุงขยายสัญญาณให้ครอบคลุมกับลูกค้าที่มาใช้บริการให้ทั่วถึง และ 3. ด้านจัดสถานที่สูบบุหรี่ ทางร้านจะจัดโซนแบ่งแยกให้ชัดเจนกว่าเดิม โดยห่างกันพอสมควร เพื่อไม่ให้ปะปนกัน และไม่ให้กลิ่น จะควันไปรบกวนลูกค้าทั่วไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved