

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการจัดบริการของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ส่วนที่ 5 ข้อมูลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA (Importance-Performance Analysis)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตาม เพศและอายุ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	137	34.2
หญิง	263	65.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	17	4.3
21 – 30 ปี	151	37.7
31 – 40 ปี	127	31.7
41 – 50 ปี	51	12.7
51 - 60 ปี	53	13.3
61 ปี ขึ้นไป	1	0.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.7 และอายุระหว่าง 51 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	43	10.7
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	59	14.8
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	73	18.3
ธุรกิจส่วนตัว	198	49.5
รับจ้างทั่วไป	4	1.0
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	20	5.0
ค้าขาย	3	0.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และมีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงรายได้ต่อเดือน

ช่วงรายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	28	7.0
10,001 – 20,000 บาท	110	27.5
20,001 – 30,000 บาท	56	14.0
30,001 – 40,000 บาท	92	23.0
40,001 – 50,000 บาท	30	7.5
50,001 บาทขึ้นไป	84	21.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.0 และมีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามในการดื่มเครื่องดื่มร้านกาแฟ อเมซอนในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตาม ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่ม

ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้ง ต่อสัปดาห์	128	32.0
3-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์	110	27.5
5-6 ครั้ง ต่อสัปดาห์	79	19.8
ทุกวัน	83	20.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มร้านกาแฟ อเมซอนในสถานบริการน้ำมัน ของบริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส มีความถี่ 1-2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ มีความถี่ 3-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 27.5 และมีความถี่ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 20.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มาใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
เช้า (6.30 - 10.00 น.)	156	39.0
สาย (10.01 - 13.30 น.)	77	19.3
บ่าย (13.31 - 17.00 น.)	47	11.7
เย็น (17.01 - 19.00 น.)	15	3.8
ไม่แน่นอน	105	26.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน ที่ช่วง เวลาเช้า (6.30 - 10.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ ช่วงเวลาไม่แน่นอนคิดเป็น ร้อยละ 26.2 และช่วงเวลาสาย (10.01 - 13.30 น.) คิดเป็นร้อยละ 19.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบริโภคกาแฟหรือเครื่องดื่ม ในร้านกาแฟ อเมซอน

รูปแบบ	จำนวน	ร้อยละ
นั่งบริโภคที่ร้าน	261	65.2
นั่งบริโภคที่ทำงาน	59	14.8
ซื้อแล้วเดินรับประทาน	76	19.0
นั่งบริโภคที่บ้าน	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคกาแฟหรือเครื่องดื่มในร้านกาแฟ อเมซอนในรูปแบบนั่งบริโภคที่ร้าน มากที่สุด ร้อยละ 65.2 รองลงมาคือ ซื้อแล้วเดินรับประทานคิดเป็นร้อยละ 19.0 และนั่งบริโภคที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเครื่องดื่มที่นิยมในร้านกาแฟ อเมซอน

ประเภทเครื่องดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
กาแฟสดรูปแบบต่างๆ	308	77.0
ชาประเภทต่างๆ (ชาเขียว,ชาวม)	86	21.4
น้ำผลไม้ต่างๆ	3	0.8
นมสด	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมดื่มเครื่องดื่มประเภทกาแฟสดรูปแบบต่างๆมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมาคือ ชาประเภทต่างๆ (ชาเขียว,ชาวม) คิดเป็นร้อยละ 21.4 และน้ำผลไม้ต่าง ๆ หรือนมสด คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน

เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจมาแวะเติมน้ำมัน/7-Eleven/Café Amazon	259	64.8
พักผ่อนหย่อนใจ	76	19.0
ติดใจในรสชาติเครื่องดื่ม	257	64.3
เจรจาธุรกิจ/นัดพบปะสังสรรค์	45	11.3
Wi-Fi / Internet	46	11.5
เสริมภาพลักษณ์ตัวเองให้ทันสมัย	11	2.8

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จำนวนร้อยละของขนาดตัวอย่าง 400 ราย

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน มากที่สุดคือตั้งใจมาแวะเติมน้ำมัน/7-Eleven/Café Amazon คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาคือ ติดใจในรสชาติเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 64.3 และพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ บริโภค ร้านกาแฟ อเมซอน ต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	306	76.5
101-200 บาท	90	22.5
201-300 บาท	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภค ร้านกาแฟ อเมซอน ต่อครั้งมากที่สุดคือไม่เกิน 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมาคือ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.5 และ 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละ ของของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการรู้จักร้านคาเฟ่ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ช่องทางการรู้จักร้านคาเฟ่ อเมซอน	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ	115	28.8
เห็นป้ายร้าน	314	78.5
โฆษณาทางสื่อต่างๆ (วิทยุ โทรทัศน์)	23	5.8

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จำนวนร้อยละของขนาดตัวอย่าง 400 ราย

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักร้านคาเฟ่ อเมซอน ผ่านช่องทางเห็นป้ายร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.5 รองลงมาคือ เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 28.8 และโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ (วิทยุ โทรทัศน์) คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามในการกลับมาใช้บริการ ร้านคาเฟ่ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

การกลับมาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	400	100.0
ไม่ใช่	0	0.0
ไม่แน่ใจ	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ร้อยละ 100

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

แนะนำ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	383	95.7
ไม่แนะนำ	17	4.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.7 รองลงมาคือ ไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้าน ผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. กาแฟ อเมซอนมี ชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก แพร่หลายและมี สัญลักษณ์ที่เป็นตรา สินค้าของร้านที่จำได้ ง่าย	195 (48.7)	200 (50.0)	5 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.48 (มาก)	1
2. ภาพยนตร์ ผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สวยงามและมี เอกลักษณ์	194 (48.5)	200 (50.0)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.47 (มาก)	2
3. รสชาติ ความหอม และความสดของ กาแฟ	193 (48.3)	201 (50.2)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.47 (มาก)	2
4. กาแฟอเมซอนมี การคัดสรรเมล็ดกาแฟ ที่มีคุณภาพดี	180 (45.0)	211 (52.7)	9 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.43 (มาก)	3

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
5. ชนิดเครื่องดื่ม มี หลากหลายชนิดให้ เลือก	166 (29.0)	268 (67.0)	15 (3.7)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.25 (มาก)	5
6. มีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน	165 (41.3)	209 (52.2)	22 (5.5)	2 (0.5)	2 (0.5)	4.33 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						4.40 (มาก)	

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.40) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ กาแฟ อเมซอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายและมีสัญลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าของร้านที่จำได้ง่าย (4.48) ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สวยงามและมีเอกลักษณ์ และ รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ เท่ากัน (4.47) กาแฟอเมซอนมีการคัดสรรเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพดี (4.43) มีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่จำหน่ายในร้าน (4.33) และ ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก (4.25) ตามลำดับ

2.2 ด้านราคา

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านราคาของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ความเหมาะสมด้านราคาของกาแฟ และเครื่องดื่ม	168 (42.0)	226 (56.5)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.41 (มาก)	1
2. ความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่	107 (26.8)	271 (67.7)	16 (4.0)	4 (1.0)	2 (0.5)	4.19 (มาก)	5
3. มีการคิดป้ายบอกราคาชัดเจน	131 (32.8)	258 (64.4)	11 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.30 (มาก)	2
4. มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์	107 (26.7)	273 (68.2)	19 (4.8)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.21 (มาก)	4
5. มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	105 (26.2)	279 (69.7)	15 (3.8)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.22 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล						4.27 (มาก)	

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในด้านราคาของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.27) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ความเหมาะสมด้านราคาของกาแฟ และเครื่องดื่ม (4.41) มีการคิดป้ายบอกราคาชัดเจน (4.30) มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่

เพิ่มเติม (4.22) มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ (4.21) และความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่ (4.19)

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก	129 (32.2)	265 (66.2)	5 (1.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.31 (มาก)	1
2. ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง	73 (18.3)	321 (80.2)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.17 (มาก)	2
3. การตกแต่งภายในร้านมีบรรยากาศดีและสวยงาม	65 (16.2)	328 (82.0)	7 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	3
4. ความสะอาดของร้าน	74 (18.5)	321 (80.2)	5 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.17 (มาก)	2
5. ระยะเวลาการเปิด-ปิดให้บริการ มีความเหมาะสม	67 (16.7)	237 (68.2)	59 (14.8)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวมแปดผล						4.16 (มาก)	

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้อยล์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.16) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก (4.31) ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง และ ความสะอาดของร้าน เท่ากัน (4.17) การตกแต่งภายในร้านมีบรรยากาศดี และสวยงาม (4.15) และ ระยะเวลาการเปิด-ปิดให้บริการ มีความเหมาะสม (4.01) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.4 ด้านส่งเสริมด้านการตลาด

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านส่งเสริมด้านการตลาดของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้อยูเอ็ลเซอร์วิศ จำกัด

ปัจจัยด้านส่งเสริมด้านการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โทรทัศน์ วิทยุ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต	89 (22.2)	273 (68.2)	30 (7.5)	5 (1.3)	3 (0.8)	4.10 (มาก)	4
2. มีการจัดรายการส่งเสริมการขายจากกาแฟ อเมซอน สำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ถู้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน	148 (37.0)	221 (55.2)	25 (6.2)	5 (1.3)	1 (0.3)	4.28 (มาก)	2
3. การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม	161 (40.2)	218 (54.4)	17 (4.3)	3 (0.8)	1 (0.3)	4.34 (มาก)	1

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านส่งเสริมด้านการตลาดของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่งเสริม ด้านการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4. มีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่นแก้วAmazon Summer Splash ที่มีขายช่วยถูกร้อนเท่านั้น	97 (24.2)	276 (69.0)	24 (6.0)	2 (0.5)	1 (0.3)	4.17 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						4.22 (มาก)	

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในด้านการตลาดของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.22) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม (4.34) มีการจัดรายการส่งเสริมการขายจากกาแฟ อเมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาทลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน (4.28) มีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่นแก้วAmazon Summer Splash ที่มีขายช่วยถูกร้อนเท่านั้น (4.17) และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โทรทัสน์ วิทยุ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต (4.10)

2.5 ด้านบุคลากร

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านบุคลากรของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้อยูเอชเออร์วิส จำกัด

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. พนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ	125 (31.2)	268 (67.0)	6 (1.5)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.29 (มาก)	1
2. พนักงานชงกาแฟ (Barista) มีความรู้และความเข้าใจด้านกาแฟ และสูตรการชงต่างๆ โดยสามารถแนะนำลูกค้าในการเลือกดื่มกาแฟ และเครื่องดื่มต่างๆ ภายในร้าน รวมถึงเมนูใหม่ตามฤดูกาลได้	65 (16.2)	323 (80.7)	11 (2.8)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	3
3. พนักงานสามารถตอบข้อซักถาม ให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบได้	61 (15.3)	330 (82.4)	7 (1.8)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	3

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านบุคลากรของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4. พนักงานมี บุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และแต่งกายเหมาะสม	67 (16.8)	325 (8)	6 (1.5)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.14 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						4.17 (มาก)	

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในด้านบุคลากรของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.17) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ พนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ (4.29) พนักงานมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และแต่งกายเหมาะสม (4.14) และพนักงานชงกาแฟ (Barista) มีความรู้และความเข้าใจด้านกาแฟและสูตรการชงต่าง ๆ โดยสามารถแนะนำลูกค้าในการเลือกดื่มกาแฟ และเครื่องดื่มต่างๆ ภายในร้าน รวมถึงเมนูใหม่ตามฤดูกาลได้ หรือพนักงานสามารถตอบข้อซักถาม ให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบได้ (4.13)

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

2.6 ด้านกระบวนการให้บริการ

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านกระบวนการให้บริการของร้านกาแฟอเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. การต้อนรับลูกค้า ด้วยอัธยาศัยที่ดี	146 (36.5)	189 (47.2)	65 (16.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	1
2. การแนะนำเกี่ยวกับ เครื่องดื่ม และเบเกอรี่ ภายในร้าน	51 (12.8)	276 (69.0)	70 (17.4)	1 (0.3)	2 (0.5)	3.93 (มาก)	5
3. การสั่งซื้อ และรับ สินค้า/บริการ ที่ ถูกต้อง รวดเร็ว	73 (18.3)	258 (64.4)	67 (16.7)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.00 (มาก)	3
4. ขั้นตอนการชำระ เงินมีความถูกต้อง รวดเร็ว	134 (33.4)	197 (49.2)	67 (16.8)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.16 (มาก)	2
5. การให้บริการที่เป็น มาตรฐานเหมือนกัน ทุกครั้ง	73 (18.2)	257 (64.2)	68 (17.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.00 (มาก)	3
6. การให้บริการแก่ ลูกค้าทุกระดับอย่าง เท่าเทียมกัน	63 (15.8)	263 (65.7)	69 (17.2)	4 (1.0)	1 (0.3)	3.96 (มาก)	4

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านกระบวนการให้บริการของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
7. มีบริการจัดส่ง กาแฟ/เครื่องดื่ม นอก สถานที่	59 (14.8)	204 (51.0)	134 (33.4)	2 (0.5)	1 (0.3)	3.80 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						4.01 (มาก)	

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในด้านกระบวนการให้บริการของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.01) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ การต้อนรับลูกค้าด้วยอัธยาศัยที่ดี (4.20) ขั้นตอนการชำระเงินมีความถูกต้อง รวดเร็ว (4.16) การสั่งซื้อและรับสินค้า/บริการ ที่ถูกต้อง รวดเร็ว หรือ การให้บริการที่เป็นมาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง (4.00) การให้บริการแก่ลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน (3.96) การแนะนำเกี่ยวกับเครื่องดื่ม และเบเกอรี่ภายในร้าน (3.93) และ มีบริการจัดส่งกาแฟ/เครื่องดื่ม นอกสถานที่ (3.80) ตามลำดับ

2.7 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัทแม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ชัดเจน	76 (19.0)	257 (64.2)	66 (16.5)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	4
2. การตกแต่งหน้าร้านสวยงาม ทันสมัย มีน้ำตก สวนหย่อม และมีที่นั่งที่เป็นส่วนตัว สะดวกสบาย	126 (31.5)	206 (51.4)	67 (16.8)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.14 (มาก)	1
3. ความสะอาดของอุปกรณ์ชงกาแฟ โต๊ะเก้าอี้ สิ่งของตกแต่งภายใน และบริเวณรอบๆ ร้าน	117 (29.2)	216 (54.0)	66 (16.5)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.12 (มาก)	3
4. มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า	52 (13.0)	156 (39.0)	189 (47.2)	1 (0.3)	2 (0.5)	3.64 (มาก)	7
5. มีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ	123 (30.7)	209 (52.2)	65 (16.3)	1 (0.3)	2 (0.5)	4.13 (มาก)	2
6. มีบริการอินเทอร์เน็ตฟรี	75 (18.8)	205 (51.2)	118 (29.4)	1 (0.3)	1 (0.3)	3.88 (มาก)	6

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
7. เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย	74 (18.5)	261 (65.2)	64 (16.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	4
8. รูปกาแฟและเครื่องดื่ม ในเมนูมีความสวยงามน่ารับประทาน	72 (18.0)	259 (64.7)	67 (16.8)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล						3.99 (มาก)	

จากตารางที่ 4.20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.99) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ การตกแต่งหน้าร้านสวยงาม ทันสมัย มีน้ำตก สวนหย่อม และมีที่นั่งที่เป็นส่วนตัว สะดวกสบาย (4.14) มีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ (4.13) ความสะอาดของอุปกรณ์ชงกาแฟ โต้ะ แก้ว ลี ของตกแต่งภายใน และบริเวณรอบๆ ร้าน (4.12) ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน และเทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย เท่ากัน (4.02) รูปกาแฟและเครื่องดื่ม ในเมนูมีความสวยงามน่ารับประทาน (4.00) และมีบริการอินเทอร์เน็ตฟรี (3.88) และมีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า (3.64) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 สรุปค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญโดยรวมของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.40 (มาก)	1
ด้านราคา	4.27 (มาก)	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.22 (มาก)	3
ด้านบุคลากร	4.17 (มาก)	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.16 (มาก)	5
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.01 (มาก)	6
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.99 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวมส่วนประสมการตลาดบริการ	4.17 (มาก)	

หมายเหตุ : 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 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยเรียงลำดับตามระดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจใน ด้านผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. กาแฟ อเมซอนมี ชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก แพร่หลายและมี สัญลักษณ์ที่เป็นตรา สินค้าของร้านที่จำได้ ง่าย	265 (66.2)	133 (33.3)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.66 (มากที่สุด)	3
2. ภาชนะบรรจุ ผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สวยงามและมี เอกลักษณ์	311 (77.7)	87 (21.8)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.77 (มากที่สุด)	2
3. รสชาติ ความหอม และความสดของ กาแฟ	364 (91.0)	28 (7.0)	8 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.89 (มากที่สุด)	1
4. กาแฟอเมซอนมี การคัดสรรเมล็ดกาแฟ ที่มีคุณภาพดี	251 (62.8)	143 (35.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.61 (มากที่สุด)	4

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจใน ด้านผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้อยู่ลเซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
5. ชนิดเครื่องดื่ม มี หลากหลายชนิดให้ เลือก	71 (17.7)	208 (52.0)	120 (30.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	6
6. มีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน	238 (59.5)	146 (36.5)	16 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.56 (มากที่สุด)	5
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						4.56 (มากที่สุด)	

จากตารางที่ 4.22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้อยู่ลเซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.56) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากไปน้อย เรียงตามลำดับ คือ รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ (4.89) ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สวยงามและมีเอกลักษณ์ (4.77) กาแฟ อเมซอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายและมีสัญลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าของร้านที่จำได้ง่าย (4.66) กาแฟอเมซอนมีการคัดสรรเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพดี (4.61) มีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน (4.56) ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก (3.87) ตามลำดับ

3.2 ด้านราคา

ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจใน ด้านราคาของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ความเหมาะสมด้าน ราคาของกาแฟ และ เครื่องดื่ม	238 (59.5)	146 (36.5)	16 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.58 (มากที่สุด)	2
2. ความเหมาะสมด้าน ราคาของเบเกอรี่	218 (54.4)	166 (41.5)	14 (3.5)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.50 (มากที่สุด)	4
3. มีการคิดป้ายบอก ราคาชัดเจน	244 (61.0)	150 (37.5)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.60 (มากที่สุด)	1
4. มีหลายราคาให้ เลือกตามขนาดของ บรรจุภัณฑ์	221 (55.3)	166 (41.5)	13 (3.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.52 (มากที่สุด)	3
5. มีราคาตาม ส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	221 (55.3)	167 (41.8)	12 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.52 (มากที่สุด)	3
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						4.54 (มากที่สุด)	

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจในด้านราคาของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.54) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดตามลำดับ คือมีการติดป้ายบอกราคาชัดเจน (4.60) ความเหมาะสมด้านราคาของกาแฟ และเครื่องดื่ม (4.58) มีหลายราคาให้เลือกตามขนาด

ของบรรจุภัณฑ์ หรือ มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม (4.52) และความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่ (4.50) ตามลำดับ

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์ เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก	366 (91.4)	33 (8.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.91 (มากที่สุด)	1
2. ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง	300 (75.0)	96 (24.0)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.74 (มากที่สุด)	5
3. การตกแต่งภายในร้านมีบรรยากาศดีและสวยงาม	359 (89.7)	38 (9.5)	3 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.89 (มากที่สุด)	3
4. ความสะอาดของร้าน	304 (76.0)	95 (23.7)	1 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.76 (มากที่สุด)	4
5. ระยะเวลาการเปิด-ปิดให้บริการ มีความเหมาะสม	364 (91.0)	34 (8.5)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.90 (มากที่สุด)	2
ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล						4.84 (มากที่สุด)	

จากตารางที่ 4.24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.84) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ คือ ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก (4.91) ระยะเวลาการเปิด-ปิดให้บริการ มีความเหมาะสม (4.90) การตกแต่งภายในร้านมีบรรยากาศดี และสวยงาม (4.89) ความสะอาดของร้าน (4.76) และ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง (4.74) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.4 ด้านส่งเสริมด้านการตลาด

ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจใน ด้านส่งเสริมด้านการตลาดของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์ เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยด้านส่งเสริม ด้านการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. มีการโฆษณาผ่าน สื่อต่างๆ เช่น ป้าย โทรทัศน์ วิทยุ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต	38 (9.5)	164 (41.0)	193 (48.2)	4 (1.0)	1 (0.3)	3.59 (มาก)	3
2. มีการจัดรายการ ส่งเสริมการขายจาก กาแฟ อเมซอน สำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน	45 (11.3)	154 (38.4)	199 (49.7)	1 (0.3)	1 (0.3)	3.60 (มาก)	2
3. การจัดทำบัตร สมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่ สะสมในบัตร แลกรับ เป็นส่วนลดในการซื้อ เครื่องดื่ม	63 (15.8)	149 (37.2)	187 (46.7)	1 (0.3)	0 (0.0)	3.69 (มาก)	1

ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจใน ด้านส่งเสริมด้านการตลาดของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้อยล์ เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่งเสริม ด้านการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4. มีสินค้า Premium ที่ เป็น Limited Edition เช่นแก้วAmazon Summer Splash ที่มี ขายช่วยถูกร้อน เท่านั้น	49 (12.3)	109 (27.2)	241 (60.2)	1 (0.3)	0 (0.0)	3.52 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						3.60 (มาก)	

จากตารางที่ 4.25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจในด้านการตลาดของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้อยล์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.60) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม (3.69) มีการจัดรายการส่งเสริมการขายจากกาแฟ อเมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน (3.60) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โทรทัศน์ วิทยุ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต (3.59) และมีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่นแก้วAmazon Summer Splash ที่มีขายช่วยถูกร้อนเท่านั้น (3.52) ตามลำดับ

3.5 ด้านบุคลากร

ตารางที่ 4.26 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจใน ด้านบุคลากรของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. พนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ	364 (91.0)	35 (8.7)	1 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.91 (มากที่สุด)	1
2. พนักงานชงกาแฟ (Barista) มีความรู้และความเข้าใจด้านกาแฟ และสูตรการชงต่างๆ โดยสามารถแนะนำลูกค้าในการเลือกดื่มกาแฟ และเครื่องดื่มต่างๆ ภายในร้าน รวมถึงเมนูใหม่ตามฤดูกาลได้	194 (48.4)	149 (37.3)	57 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.34 (มาก)	4
3. พนักงานสามารถตอบข้อซักถาม ให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบได้	343 (85.7)	53 (13.3)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.85 (มากที่สุด)	2

ตารางที่ 4.26 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจใน ด้านบุคลากรของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4. พนักงานมี บุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และแต่งกายเหมาะสม	295 (73.7)	101 (25.3)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.73 (มากที่สุด)	3
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						4.71 (มากที่สุด)	

จากตารางที่ 4.26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจในด้านบุคลากรของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.71) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ พนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ (4.91) พนักงานสามารถตอบข้อซักถาม ให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบได้ (4.85) พนักงานมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และแต่งกายเหมาะสม (4.73) และพนักงานชงกาแฟ (Barista) มีความรู้และความเข้าใจด้านกาแฟ และสูตรการชงต่างๆ โดยสามารถแนะนำลูกค้าในการเลือกดื่มกาแฟ และเครื่องดื่มต่างๆ ภายในร้าน รวมถึงเมนูใหม่ตามฤดูกาลได้ (4.34) ตามลำดับ

3.6 ด้านกระบวนการให้บริการ

ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจใน ด้านกระบวนการให้บริการของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์ เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. การต้อนรับลูกค้า ด้วยอัธยาศัยที่ดี	304 (76.0)	92 (23.0)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75 (มากที่สุด)	1
2. การแนะนำเกี่ยวกับ เครื่องดื่ม และเบเกอรี่ ภายในร้าน	279 (69.7)	113 (28.2)	7 (1.8)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.67 (มากที่สุด)	4
3. การสั่งซื้อ และรับ สินค้า/บริการ ที่ ถูกต้อง รวดเร็ว	199 (49.7)	148 (37.0)	53 (13.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.37 (มาก)	6
4. ขั้นตอนการชำระ เงินมีความถูกต้อง รวดเร็ว	304 (76.0)	93 (23.2)	3 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75 (มากที่สุด)	1
5. การให้บริการที่เป็น มาตรฐานเหมือนกัน ทุกครั้ง	299 (74.7)	97 (24.3)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.74 (มากที่สุด)	2
6. การให้บริการแก่ ลูกค้าทุกระดับอย่าง เท่าเทียมกัน	237 (59.2)	156 (39.0)	3 (0.8)	4 (1.0)	0 (0.0)	4.57 (มากที่สุด)	5

ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจใน ด้านกระบวนการให้บริการของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์ เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
7. มีบริการจัดส่ง กาแฟ/เครื่องดื่ม นอก สถานที่	291 (72.7)	101 (25.3)	6 (1.5)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.70 (มากที่สุด)	3
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						4.65 (มากที่สุด)	

จากตารางที่ 4.27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจในด้านกระบวนการ ให้บริการของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.65) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียง ตามลำดับ คือการต้อนรับลูกค้าด้วยอัธยาศัยที่ดี หรือขั้นตอนการชำระเงินมีความถูกต้อง รวดเร็ว (4.75) การให้บริการที่เป็นมาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง (4.74) มีบริการจัดส่งกาแฟ/เครื่องดื่ม นอก สถานที่ (4.70) การแนะนำเกี่ยวกับเครื่องดื่ม และเบเกอรี่ภายในร้าน (4.67) การให้บริการแก่ลูกค้าทุก ระดับอย่างเท่าเทียมกัน (4.57) และ การสั่งซื้อ และรับสินค้า/บริการ ที่ถูกต้อง รวดเร็ว (4.37) ตามลำดับ

3.7 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของบริษัท แม่โจ้อยู่ลเซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ป้ายหน้าร้าน สวยงาม มองเห็นได้ ชัดเจน	254 (63.5)	142 (35.5)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.63 (มากที่สุด)	5
2. การตกแต่งหน้าร้าน สวยงาม ทันสมัย มี น้ำตก สวนหย่อม และ มีที่นั่งที่เป็นส่วนตัว สะดวกสบาย	316 (79.0)	79 (19.7)	5 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.78 (มากที่สุด)	1
3. ความสะอาดของ อุปกรณ์ชงกาแฟ โต๊ะ เก้าอี้ สิ่งของตกแต่ง ภายใน และบริเวณ รอบๆ ร้าน	297 (74.2)	99 (24.8)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.73 (มากที่สุด)	4
4. มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการ ลูกค้า	233 (58.2)	158 (39.5)	8 (2.0)	1 (0.)	0 (0.0)	4.56 (มากที่สุด)	7
5. มีพื้นที่ในส่วนที่มี เครื่องปรับอากาศ	66 (16.5)	40 (10.0)	230 (57.4)	63 (15.8)	1 (0.3)	3.27 (ปานกลาง)	8

ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านกาแฟ อมซอน ในสถานบริการน้ำมันของบริษัท แม่โจ้อยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
6. มีบริการ อินเทอร์เน็ตฟรี	252 (63.0)	141 (35.2)	6 (1.5)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.61 (มากที่สุด)	6
7. เทคโนโลยีของ เครื่องทำกาแฟและ อุปกรณ์เสริมต่างๆ มี ความทันสมัย	301 (75.2)	96 (24.0)	3 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75 (มากที่สุด)	2
8. รูปกาแฟและ เครื่องดื่ม ในเมนูมี ความสวยงามน่า รับประทาน	302 (75.4)	93 (23.3)	4 (1.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.74 (มากที่สุด)	3
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						4.51 (มากที่สุด)	

จากตารางที่ 4.28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านกาแฟ อมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้อยล์เซอร์วิส จำกัด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.51) โดยมีปัจจัยรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดตามลำดับ คือ การตกแต่งหน้าร้านสวยงาม ทันสมัย มีน้ำตก สวนหย่อม และมีที่นั่งที่เป็นส่วนตัว สะดวกสบาย (4.78) เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย (4.75) รูปกาแฟและเครื่องดื่ม ในเมนูมีความสวยงามน่ารับประทาน (4.74) ความสะอาดของอุปกรณ์ชงกาแฟ โตะ แก้ว สิ่งของตกแต่งภายใน และบริเวณรอบๆ ร้าน (4.73) ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน (4.63) มีบริการอินเทอร์เน็ตฟรี (4.61) มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า (4.56) และมีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ (3.27) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 สรุปค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.84 (มากที่สุด)	1
ด้านบุคลากร	4.71 (มากที่สุด)	2
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.65 (มากที่สุด)	3
ด้านผลิตภัณฑ์	4.56 (มากที่สุด)	4
ด้านราคา	4.54 (มากที่สุด)	5
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.51 (มากที่สุด)	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.60 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวมส่วนประสมการตลาดบริการ	4.49	

หมายเหตุ : 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 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยเรียงลำดับตามระดับความความพึงพอใจจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการจัดบริการของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

- ควรจัดพนักงานให้มีจำนวนพอเพียงกับการให้บริการ โดยเฉพาะช่วงเทศกาล หรือวันหยุดยาว (10 ราย)

- ควรเพิ่มส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าประจำ เช่น แสดงบัตร PTT Blue Card ลด 10% เป็นต้น (8 ราย)

- ควรจัดหาที่จอดรถให้เพียงพอต่อการให้บริการ (8 ราย)

- ควรมีการรับบัตรคิว ในช่วงโมเมนต์แน่น เนื่องจากมีลูกค้าแข่งคิว (6 ราย)

- ร้านควรมี Promotion ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น โปรโมชั่น 2 แกรม 1 เป็นต้น (6 ราย)

- ควรเพิ่มจำนวนโต๊ะ หรือ ที่นั่งให้มากกว่านี้ (5 ราย)

- เมนูสำหรับกลุ่มลูกค้าไม่ทานกาแฟมีน้อยเกินไป (5 ราย)

- ควรขยายเวลาเปิดให้เข้าขึ้นกว่าเดิม เช่น เดิมเปิดเวลา 7.00 น. เป็น 6.00 น. เป็นต้น (4 ราย)

- พนักงานพูดไม่เพราะ เวลาให้บริการ (4 ราย)

- ควรมีการขยายสาขาให้มากขึ้น (4 ราย)

- รสชาติกาแฟแต่ละวัน ขาดความสม่ำเสมอ (4 ราย)

- ควรมีการพัฒนาสูตรกาแฟใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับเทศกาลต่างๆ (3 ราย)

- ร้านควรเพิ่มสวนดอกไม้ให้มากขึ้น (3 ราย)

- ร้านควรมีโต๊ะใหญ่ให้มากกว่านี้ (3 ราย)

- ร้านควรมีเมนูน้ำผลไม้สดเพิ่มด้วย (3 ราย)

- ควรอธิบายรายละเอียดหรือข้อมูลของกาแฟแต่ละเมนูให้มากกว่านี้ (2 ราย)

- ควรมีบริการส่งกาแฟให้แก่ลูกค้าประจำที่อยู่บริเวณใกล้ร้านด้วย (2 ราย)

- ควรมีพนักงานที่พูดภาษาอังกฤษได้บ้างในกรณีที่พาลูกค้าต่างชาติไปใช้บริการ (1 ราย)

- ป้ายร้านไม่ชัดเจน ทำให้หาร้านยาก (1 ราย)

- ควรเพิ่มโซนห้องแอร์เพิ่มมากขึ้น (1 ราย)

- ควรมีป้ายระบุโซนสูบบุหรี่นอกร้านให้ชัดเจน (1 ราย)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA (Importance-Performance Analysis)

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้อยล์ เซอร์วิส จำกัด

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ระดับ ความพึง พอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1	ด้านผลิตภัณฑ์	กาแฟ อเมซอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายและมีสัญลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าของร้านที่จำได้ง่าย	4.48 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	B
2	ด้านผลิตภัณฑ์	ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สวยงามและมีเอกลักษณ์	4.47 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	B
3	ด้านผลิตภัณฑ์	รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ	4.47 (มาก)	4.89 (มากที่สุด)	B
4	ด้านผลิตภัณฑ์	กาแฟอเมซอนมีการคัดสรรเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพดี	4.43 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	B
5	ด้านผลิตภัณฑ์	ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก	4.25 (มาก)	3.87 (มาก)	A
6	ด้านผลิตภัณฑ์	มีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน	4.33 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	B

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์ เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ระดับ ความพึง พอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
7	ด้านราคา	ความเหมาะสมด้านราคาของ กาแฟ และเครื่องดื่ม	4.41 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	B
8	ด้านราคา	ความเหมาะสมด้านราคา ของเบเกอรี่	4.19 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	B
9	ด้านราคา	มีการคิดป้ายบอกราคาชัดเจน	4.30 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	B
10	ด้านราคา	มีหลายราคาให้เลือกตาม ขนาดของบรรจุภัณฑ์	4.21 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	B
11	ด้านราคา	มีราคาตามส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	4.22 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	B
12	ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ ชัดเจนจากด้านนอก	4.31 (มาก)	4.91 (มากที่สุด)	B
13	ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการ เดินทาง	4.17 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	D
14	ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	การตกแต่งภายในร้านมี บรรยากาศดี และสวยงาม	4.15 (มาก)	4.89 (มากที่สุด)	D

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์ เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ระดับ ความพึง พอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
15	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความสะอาดของร้าน	4.17 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	D
16	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระยะเวลาการเปิด-ปิดให้บริการ มีความเหมาะสม	4.01 (มาก)	4.90 (มากที่สุด)	D
17	ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โทรทัศน์ วิทยุ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต	4.10 (มาก)	3.59 (มาก)	C
18	ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการจัดรายการส่งเสริมการขายจากกาแฟ อเมซอน สำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชค ท่องรวม 12 ล้าน	4.28 (มาก)	3.60 (มาก)	A
19	ด้านการส่งเสริมการตลาด	การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม	4.34 (มาก)	3.69 (มาก)	A

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อต่อ ส่วนประสบการณ์ตลาดบริการ ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์ เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ระดับ ความพึง พอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
20	ด้านการส่งเสริม การตลาด	มีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่นแก้ว Amazon Summer Splash ที่มี ขายช่วยดูร้อนเท่านั้น	4.17 (มาก)	3.52 (มาก)	C
21	ด้านบุคลากร	พนักงานมีความ กระตือรือร้น และเต็มใจใน การให้บริการ	4.29 (มาก)	4.91 (มากที่สุด)	B
22	ด้านบุคลากร	พนักงานชงกาแฟ (Barista) มีความรู้และความเข้าใจด้าน กาแฟ และสูตรการชงต่างๆ โดยสามารถแนะนำลูกค้าใน การเลือกดื่มกาแฟ และ เครื่องดื่มต่างๆ ภายในร้าน รวมถึงเมนูใหม่ตามฤดูกาล ได้	4.13 (มาก)	4.34 (มาก)	C
23	ด้านบุคลากร	พนักงานสามารถตอบข้อ ซักถาม ให้ข้อมูลในสิ่งที่ ลูกค้าต้องการทราบได้	4.13 (มาก)	4.85 (มากที่สุด)	D

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์ เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ระดับ ความพึง พอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
24	ด้านบุคลากร	พนักงานมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และแต่งกาย เหมาะสม	4.14 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	D
25	ด้านกระบวนการ การให้บริการ	การต้อนรับลูกค้าด้วย อัธยาศัยที่ดี	4.20 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	B
26	ด้านกระบวนการ การให้บริการ	การแนะนำเกี่ยวกับเครื่องดื่ม และเบเกอรี่ภายในร้าน	3.93 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	D
27	ด้านกระบวนการ การให้บริการ	การสั่งซื้อ และรับสินค้า/ บริการ ที่ถูกต้อง รวดเร็ว	4.00 (มาก)	4.37 (มาก)	C
28	ด้านกระบวนการ การให้บริการ	ขั้นตอนการชำระเงินมีความ ถูกต้อง รวดเร็ว	4.16 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	D
29	ด้านกระบวนการ การให้บริการ	การให้บริการที่เป็น มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง	4.00 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	D
30	ด้านกระบวนการ การให้บริการ	การให้บริการแก่ลูกค้าทุก ระดับอย่างเท่าเทียมกัน	3.96 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	D
31	ด้านกระบวนการ การให้บริการ	มีบริการจัดส่งกาแฟ/ เครื่องดื่ม นอกสถานที่	3.80 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	D

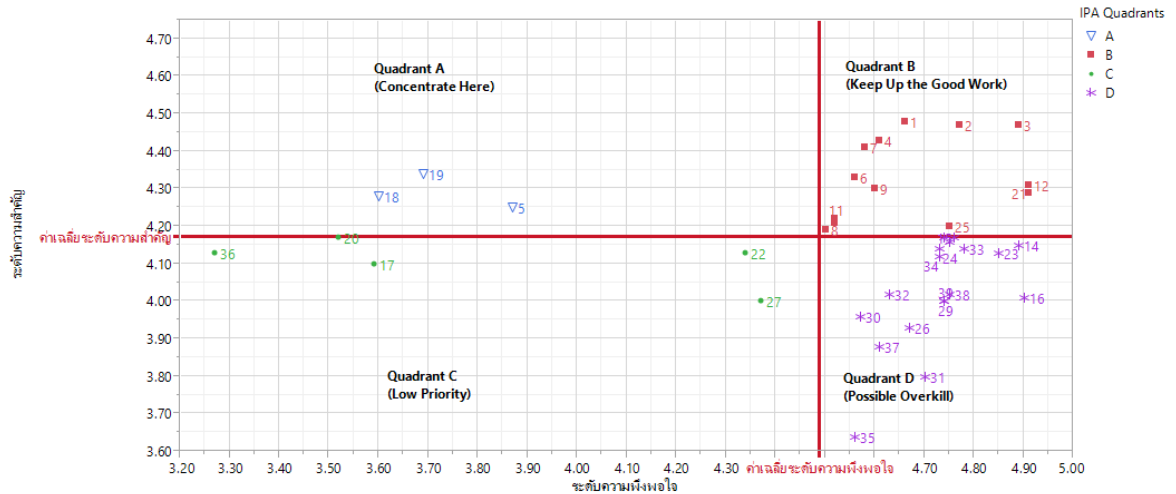
ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์ เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ระดับ ความพึง พอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
32	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน	4.02 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	D
33	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	การตกแต่งหน้าร้านสวยงาม ทันสมัย มีน้ำตก สวนหย่อม และมีที่นั่งที่เป็นส่วนตัว สะดวกสบาย	4.14 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	D
34	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	ความสะอาดของอุปกรณ์ชง กาแฟ โต๊ะ เก้าอี้ สิ่งของ ตกแต่งภายใน และบริเวณ รอบๆ ร้าน	4.12 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	D
35	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้ บริการลูกค้า	3.64 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	D
36	ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	มีพื้นที่ในส่วนที่มี เครื่องปรับอากาศ	4.13 (มาก)	3.27 (ปาน กลาง)	C

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์ เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ระดับ ความพึง พอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
37	ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	มีบริการอินเทอร์เน็ตฟรี	3.88 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	D
38	ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	เทคโนโลยีของเครื่องทำ กาแฟและอุปกรณ์เสริม ต่างๆ มีความทันสมัย	4.02 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	D
39	ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	รูปกาแฟและเครื่องดื่ม ใน เมนูมีความสวยงามน่า รับประทาน	4.00 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	D

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพที่ 4.1 วิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดบริการ โดยการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยจุดตัดแกน X ความพึงพอใจ และ ค่าเฉลี่ยจุดตัดของแกน Y ความสำคัญ หาจากค่าเฉลี่ยรวมของส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน โดยค่าเฉลี่ยจุดตัดแกน X = 4.49 และ ค่าเฉลี่ยจุดตัดแกน Y = 4.17

จากภาพที่ 4.1 โดยหมายเลข 1-39 บนกราฟแสดงถึงปัจจัยย่อยแต่ละข้อ พบว่า ปัจจัยย่อยทางการตลาดส่วนใหญ่ตกอยู่ใน Quadrant B และ Quadrant D โดยปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน แต่ละ Quadrant สามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant A Concentrate here (คะแนนความสำคัญสูง แต่คะแนนความพึงพอใจต่ำ) ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายจากกาแฟ อเมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ถู้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน และ การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant B Keep up the good work (คะแนนความสำคัญสูง และคะแนนความพึงพอใจสูง) ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กาแฟ อเมซอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายและมีสัญลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าของร้านที่จำได้ง่าย ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สวยงามและมีเอกลักษณ์ รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ กาแฟอเมซอนมีการคัดสรรเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพดี มีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน ด้านราคา ได้แก่ ความเหมาะสมด้านราคาของกาแฟ และเครื่องดื่ม ความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่ มีการติดป้ายบอกราคาชัดเจน มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ด้านช่องทางการ

จัดจำหน่าย ได้แก่ ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การต้อนรับลูกค้าด้วยอัธยาศัยที่ดี

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant C Low priority (คะแนนความสำคัญต่ำ และคะแนนความพึงพอใจต่ำ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โทรทัศน์ วิทยุ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต และ มีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้ว Amazon Summer Splash ที่มีขายช่วยฤดูร้อนเท่านั้น ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานชงกาแฟ (Barista) มีความรู้และความเข้าใจด้านกาแฟ และสูตรการชงต่างๆ โดยสามารถแนะนำลูกค้าในการเลือกดื่มกาแฟ และ เครื่องดื่มต่างๆ ภายในร้าน รวมถึงเมนูใหม่ตามฤดูกาลได้ ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การสั่งซื้อ และรับสินค้า/บริการ ที่ถูกต้อง รวดเร็ว และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ มีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant D Possible overkill (คะแนนความสำคัญต่ำ และคะแนนความพึงพอใจสูง) ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง การตกแต่งภายในร้านมีบรรยากาศดี และสวยงาม ความสะอาดของร้าน และระยะเวลาการเปิด-ปิดให้บริการ มีความเหมาะสม ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานสามารถตอบข้อซักถาม ให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบได้ และ พนักงานมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และแต่งกายเหมาะสม ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การแนะนำเกี่ยวกับเครื่องดื่ม และ เบเกอรี่ภายในร้าน ขั้นตอนการชำระเงินมีความถูกต้อง รวดเร็ว การให้บริการที่เป็นมาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง การให้บริการแก่ลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน และมีบริการจัดส่งกาแฟ/เครื่องดื่ม นอกสถานที่ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน การตกแต่งหน้าร้านสวยงาม ทันสมัย มีน้ำตกสวนหย่อม และมีที่นั่งที่เป็นส่วนตัว สะดวกสบาย ความสะอาดของอุปกรณ์ชงกาแฟ โต๊ะ เก้าอี้ สิ่งของตกแต่งภายใน และบริเวณรอบๆ ร้าน มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า มีบริการอินเทอร์เน็ตฟรี เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย และรูปกาแฟ และเครื่องดื่ม ในเมนูมีความสวยงามน่ารับประทาน

ส่วนที่ 6 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านกาแฟเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตาม เพศและอายุ

6.1 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านกาแฟเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตาม เพศ

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ลำดับ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ					
		ชาย n = 137			หญิง n = 263		
		ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.1	กาแฟเมซอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายและมีสัญลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าของร้านที่ทำได้ง่าย	4.52 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	B	4.45 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	B
1.2	ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สวยงามและมีเอกลักษณ์	4.50 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)	B	4.45 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	B
1.3	รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ	4.51 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)	B	4.44 (มาก)	4.90 (มากที่สุด)	B

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ					
		ชาย n = 137			หญิง n = 263		
		ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ พึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.4	กาแฟเมซอนมีการคิด สรรเม็ล็ดกาแฟที่มี คุณภาพดี	4.47 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	B	4.40 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	B
1.5	ชนิดเครื่องดื่ม มี หลากหลายชนิดให้เลือก	4.26 (มาก)	3.96 (มาก)	A	4.24 (มาก)	3.83 (มาก)	A
1.6	มีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน	4.28 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	B	4.36 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	B

จากตารางที่ 4.31 แสดงปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก

และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ลำดับ	ปัจจัยด้านราคา	เพศ					
		ชาย n = 137			หญิง n = 263		
		ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
2.1	ความเหมาะสมด้านราคา ของกาแฟ และเครื่องดื่ม	4.45 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	B	4.38 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	B
2.2	ความเหมาะสมด้านราคา ของเบเกอรี่	4.20 (มาก)	4.41 (มาก)	C	4.19 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	B
2.3	มีการคิดป้ายบอกราคา ชัดเจน	4.36 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	B	4.27 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	B
2.4	มีหลายราคาให้เลือกตาม ขนาดของบรรจุภัณฑ์	4.26 (มาก)	4.48 (มาก)	A	4.19 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	B
2.5	มีราคาตามส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	4.23 (มาก)	4.47 (มาก)	A	4.21 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	B

จากตารางที่ 4.32 แสดงปัจจัยย่อยด้านราคา ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ และมีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ลำดับ	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ					
		ชาย n = 137			หญิง n = 263		
		ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
3.1	ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก	4.31 (มาก)	4.91 (มากที่สุด)	B	4.30 (มาก)	4.92 (มากที่สุด)	B
3.2	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง	4.24 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	B	4.13 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	D
3.3	การตกแต่งภายในร้านมีบรรยากาศดี และสวยงาม	4.19 (มาก)	4.87 (มากที่สุด)	D	4.12 (มาก)	4.90 (มากที่สุด)	D
3.4	ความสะอาดของร้าน	4.23 (มาก)	4.72 (มากที่สุด)	B	4.14 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	D
3.5	ระยะเวลาการเปิด-ปิดให้บริการ มีความเหมาะสม	4.08 (มาก)	4.89 (มากที่สุด)	D	3.98 (มาก)	4.91 (มากที่สุด)	D

จากตารางที่ 4.33 แสดงปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่พบปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ทั้งผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและหญิง

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ลำดับ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ					
		ชาย n = 137			หญิง n = 263		
		ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ พึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
4.1	มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โทรทัศน์ วิทยุ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต	4.04 (มาก)	3.61 (มาก)	C	4.13 (มาก)	3.57 (มาก)	C
4.2	มีการจัดรายการส่งเสริมการขายจากคาเฟ่ อเมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ถู๋ชิงโชคทองรวม 12 ล้าน	4.16 (มาก)	3.58 (มาก)	C	4.33 (มาก)	3.61 (มาก)	A
4.3	การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม	4.26 (มาก)	3.72 (มาก)	A	4.38 (มาก)	3.67 (มาก)	A
4.4	มีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้ว Amazon Summer Splash ที่มีขายช่วยฤดูร้อนเท่านั้น	4.09 (มาก)	3.55 (มาก)	C	4.20 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	A

จากตารางที่ 4.34 แสดงปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม

และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายจากคาเฟ่ อเมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม และมีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้ว Amazon Summer Splash ที่มีขายช่วยถูกร้อนเท่านั้น ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ลำดับ	ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ					
		ชาย n = 137			หญิง n = 263		
		ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
5.1	พนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ	4.31 (มาก)	4.91 (มากที่สุด)	B	4.28 (มาก)	4.90 (มากที่สุด)	B
5.2	พนักงานชงกาแฟ (Barista) มีความรู้และความเข้าใจด้านกาแฟและสูตรการชงต่างๆ โดยสามารถแนะนำลูกค้าในการเลือกดื่มกาแฟ และเครื่องดื่มต่างๆ ภายในร้าน รวมถึงเมนูใหม่ตามฤดูกาลได้	4.19 (มาก)	4.46 (มาก)	C	4.10 (มาก)	4.28 (มาก)	C
5.3	พนักงานสามารถตอบข้อซักถาม ให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบได้	4.18 (มาก)	4.84 (มากที่สุด)	D	4.10 (มาก)	4.85 (มากที่สุด)	D
5.4	พนักงานมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และแต่งกายเหมาะสม	4.23 (มาก)	4.72 (มากที่สุด)	B	4.10 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	D

จากตารางที่ 4.35 แสดงปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ไม่พบปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ทั้งผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและหญิง

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ลำดับ	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ					
		ชาย n = 137			หญิง n = 263		
		ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
6.1	การต้อนรับลูกค้าด้วย อัธยาศัยที่ดี	4.28 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	B	4.16 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	B
6.2	การแนะนำเกี่ยวกับ เครื่องดื่ม และเบเกอรี่ ภายในร้าน	3.98 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	D	3.91 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	D
6.3	การสั่งซื้อ และรับสินค้า/ บริการ ที่ถูกต้อง รวดเร็ว	4.06 (มาก)	4.47 (มาก)	C	3.97 (มาก)	4.31 (มาก)	C
6.4	ขั้นตอนการชำระเงินมี ความถูกต้อง รวดเร็ว	4.20 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	D	4.13 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	D
6.5	การให้บริการที่เป็น มาตรฐานเหมือนกันทุก ครั้ง	4.07 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	D	3.97 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	D
6.6	การให้บริการแก่ลูกค้า ทุกระดับอย่างเท่าเทียม กัน	4.00 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	D	3.94 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	D

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ					
		ชาย n = 137			หญิง n = 263		
		ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
6.7	มีบริการจัดส่งกาแฟ/ เครื่องดื่ม นอกสถานที่	3.82 (มาก)	4.68 (มากที่สุด)	D	3.78 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	D

จากตารางที่ 4.36 แสดงปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ไม่พบปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ทั้งผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและหญิง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ลำดับ	ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	เพศ					
		ชาย n = 137			หญิง n = 263		
		ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ พึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
7.1	ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน	4.06 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	D	4.00 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	D
7.2	การตกแต่งหน้าร้าน สวยงาม ทันสมัย มี น้ำตก สวนหย่อม และมี ที่นั่งที่เป็นส่วนตัว สะดวกสบาย	4.13 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	D	4.15 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	D
7.3	ความสะอาดของ อุปกรณ์ชงกาแฟ โต๊ะ เก้าอี้ สิ่งของตกแต่ง ภายใน และบริเวณ รอบๆ ร้าน	4.15 (มาก)	4.72 (มากที่สุด)	D	4.11 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	D
7.4	มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า	3.67 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	D	3.62 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	D
7.5	มีพื้นที่ในส่วนที่มี เครื่องปรับอากาศ	4.11 (มาก)	3.35 (ปาน กลาง)	C	4.13 (มาก)	3.22 (ปาน กลาง)	C

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ					
		ชาย n = 137			หญิง n = 263		
		ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
7.6	มีบริการอินเทอร์เน็ตฟรี	3.93 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	D	3.85 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	D
7.7	เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย	4.07 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	D	3.99 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	D
7.8	รูปกาแฟและเครื่องดื่มในเมนูมีความสวยงามน่ารับประทาน	4.08 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	D	3.96 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	D

จากตารางที่ 4.37 แสดงปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ไม่พบปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ทั้งผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและหญิง

6.2 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของบริษัท แม็โจออยล์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ลำดับ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ								
		ต่ำกว่า 30 ปี n = 168			31 – 40 ปี n = 127			40 ปี ขึ้นไป n = 105		
		ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.1	กาแฟเมซอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายและมีสัญลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าของร้านที่จำได้ง่าย	4.49 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	B	4.46 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	B	4.47 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	B
1.2	ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาดสวยงามและมีเอกลักษณ์	4.48 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	B	4.46 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	B	4.46 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	B

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ								
		ต่ำกว่า 30 ปี			31 – 40 ปี			40 ปี ขึ้นไป		
		n = 168			n = 127			n = 105		
		ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	Quadrants	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	Quadrants	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	Quadrants		
1.3	รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ	4.45 (มาก)	4.91 (มากที่สุด)	B	4.45 (มาก)	4.84 (มากที่สุด)	B	4.51 (มากที่สุด)	4.91 (มากที่สุด)	B
1.4	กาแฟหอม ชอนมิกการ คัดสรรเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพดี	4.43 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	B	4.40 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	B	4.46 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	B
1.5	ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก	4.26 (มาก)	3.85 (มาก)	A	4.25 (มาก)	3.92 (มาก)	A	4.22 (มาก)	3.85 (มาก)	A
1.6	มีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน	4.33 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	A	4.35 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	B	4.31 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	B

จากตารางที่ 4.38 แสดงปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 30 ปี เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก และมีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก

และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ลำดับ	ปัจจัยด้านราคา	อายุ								
		ต่ำกว่า 30 ปี			31 – 40 ปี			40 ปี ขึ้นไป		
		n = 168			n = 127			n = 105		
		ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
2.1	ความเหมาะสมด้านราคาของกาแฟและเครื่องดื่ม	4.40 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	B	4.41 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	B	4.41 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	B
2.2	ความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่	4.20 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	A	4.17 (มาก)	4.47 (มาก)	A	4.21 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	A
2.3	มีการคิดป้ายบอกราคาชัดเจน	4.29 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	B	4.31 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	B	4.30 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	B
2.4	มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์	4.20 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	B	4.24 (มาก)	4.49 (มาก)	A	4.20 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	A
2.5	มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม	4.22 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	B	4.20 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	A	4.23 (มาก)	4.49 (มาก)	A

จากตารางที่ 4.39 แสดงปัจจัยย่อยด้านราคา ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 30 ปี เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่ มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ และมีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ตามลำดับ

และปัจจัยย่อยด้านราคา ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่ มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ และมีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ลำดับ	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ								
		ต่ำกว่า 30 ปี			31 – 40 ปี			40 ปี ขึ้นไป		
		n = 168			n = 127			n = 105		
		ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	Quadrants	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	Quadrants	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	Quadrants		
3.1	ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก	4.33 (มาก)	4.92 (มากที่สุด)	B	4.28 (มาก)	4.91 (มากที่สุด)	B	4.30 (มาก)	4.90 (มากที่สุด)	B
3.2	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง	4.18 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	B	4.16 (มาก)	4.72 (มากที่สุด)	B	4.16 (มาก)	4.72 (มากที่สุด)	B
3.3	การตกแต่งภายในร้านมีบรรยากาศดีและสวยงาม	4.17 (มาก)	4.90 (มากที่สุด)	D	4.13 (มาก)	4.87 (มากที่สุด)	D	4.11 (มาก)	4.90 (มากที่สุด)	D
3.4	ความสะอาดของร้าน	4.20 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	B	4.15 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	B	4.16 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	B
3.5	ระยะเวลาการเปิด-ปิดให้บริการ มีความเหมาะสม	4.03 (มาก)	4.91 (มากที่สุด)	D	4.03 (มาก)	4.92 (มากที่สุด)	D	3.96 (มาก)	4.87 (มากที่สุด)	D

จากตารางที่ 4.40 แสดงปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่พบปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ทุกช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ลำดับ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ								
		ต่ำกว่า 30 ปี			31 – 40 ปี			40 ปี ขึ้นไป		
		n = 168			n = 127			n = 105		
		ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)			
4.1	มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โทรทัศน์ วิทยุ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต	4.13 (มาก)	3.61 (มาก)	C	4.06 (มาก)	3.54 (มาก)	C	4.10 (มาก)	3.59 (มาก)	C
4.2	มีการจัดรายการส่งเสริมการขายจากคาเฟ่ อเมซอน สำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน	4.29 (มาก)	3.61 (มาก)	A	4.27 (มาก)	3.59 (มาก)	A	4.26 (มาก)	3.60 (มาก)	A

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ								
		ต่ำกว่า 30 ปี			31 – 40 ปี			40 ปี ขึ้นไป		
		n = 168			n = 127			n = 105		
		ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	Quadrants	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	Quadrants	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	Quadrants		
4.3	การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม	4.37 (มาก)	3.70 (มาก)	A	4.34 (มาก)	3.69 (มาก)	A	4.29 (มาก)	3.67 (มาก)	A
4.4	มีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้ว Amazon Summer Splash ที่มีขายช่วยอุดหนุนเท่านั้น	4.20 (มาก)	3.53 (มาก)	A	4.15 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	A	4.13 (มาก)	3.51 (มาก)	C

จากตารางที่ 4.41 แสดงปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายจากคาเฟ่ อเมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม และมีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้ว Amazon Summer Splash ที่มีขายช่วยฤดูร้อนเท่านั้น ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม และมีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้ว Amazon Summer Splash ที่มีขายช่วยฤดูร้อนเท่านั้น ตามลำดับ

และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน และการจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มี
ต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

ลำดับ	ปัจจัยด้าน บุคลากร	อายุ								
		ต่ำกว่า 30 ปี n = 168			31 – 40 ปี n = 127			40 ปี ขึ้นไป n = 105		
		ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึง พอใจ	IPA Quadrants	ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึง พอใจ	IPA Quadrants	ระดับ ความ สำคัญ	ระดับ ความ พึง พอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)		ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)		ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	
5.1	พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ	4.31 (มาก)	4.92 (มากที่สุด)	B	4.28 (มาก)	4.90 (มากที่สุด)	B	4.27 (มาก)	4.90 (มากที่สุด)	B
5.2	พนักงานชงกาแฟ (Barista) มีความรู้และความเข้าใจด้านกาแฟและสูตรการชงต่างๆ โดยสามารถแนะนำลูกค้าในการเลือกดื่มกาแฟและเครื่องดื่มต่างๆ ภายในร้าน รวมถึงเมนูใหม่ตามฤดูกาลได้	4.15 (มาก)	4.32 (มาก)	C	4.10 (มาก)	4.35 (มาก)	C	4.13 (มาก)	4.37 (มาก)	C

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุ								
		ต่ำกว่า 30 ปี			31 – 40 ปี			40 ปี ขึ้นไป		
		n = 168			n = 127			n = 105		
		ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)				
5.3	พนักงานสามารถตอบข้อซักถามให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบได้	4.15 (มาก)	4.89 (มากที่สุด)	D	4.11 (มาก)	4.83 (มากที่สุด)	D	4.10 (มาก)	4.81 (มากที่สุด)	D
5.4	พนักงานมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และแต่งกายเหมาะสม	4.15 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	D	4.15 (มาก)	4.72 (มากที่สุด)	B	4.11 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	D

จากตารางที่ 4.42 แสดงปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ไม่พบปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ทุกช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ลำดับ	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ								
		ต่ำกว่า 30 ปี			31 – 40 ปี			40 ปี ขึ้นไป		
		n = 168			n = 127			n = 105		
		ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
6.1	การต้อนรับลูกค้าด้วยอัธยาศัยที่ดี	4.21 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	B	4.18 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	B	4.21 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	B
6.2	การแนะนำเกี่ยวกับเครื่องคิดและเบเกอร์ภายในร้าน	3.96 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	D	3.89 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	D	3.94 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	D
6.3	การสั่งซื้อและรับสินค้า/บริการ ที่ถูกต้องรวดเร็ว	4.03 (มาก)	4.33 (มาก)	C	3.98 (มาก)	4.38 (มาก)	C	3.98 (มาก)	4.40 (มาก)	C
6.4	ขั้นตอนการชำระเงินมีความถูกต้องรวดเร็ว	4.20 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	B	4.13 (มาก)	4.72 (มากที่สุด)	D	4.11 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	D

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ								
		ต่ำกว่า 30 ปี			31 – 40 ปี			40 ปี ขึ้นไป		
		n = 168			n = 127			n = 105		
		ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
6.5	การให้บริการที่เป็นมาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง	4.05 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	D	3.96 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	D	3.97 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	D
6.6	การให้บริการแก่ลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน	4.01 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	D	3.91 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	D	3.93 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	D
6.7	มีบริการจัดส่งกาแฟ/เครื่องดื่มนอกสถานที่	3.83 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	D	3.76 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	D	3.78 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	D

จากตารางที่ 4.43 แสดงปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ไม่พบปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ทุกช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ลำดับ	ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ								
		ต่ำกว่า 30 ปี n = 168			31 – 40 ปี n = 127			40 ปี ขึ้นไป n = 105		
		ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
7.1	ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน	4.05 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	D	4.00 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	D	3.99 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	D
7.2	การตกแต่งหน้าร้านสวยงาม ทันสมัย มีน้ำตกสวนหย่อม และมีที่นั่งที่เป็นส่วนตัว สะดวกสบาย	4.18 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	B	4.13 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	D	4.10 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	D
7.3	ความสะอาดของอุปกรณ์ชงกาแฟ โต๊ะ เก้าอี้ สิ่งของตกแต่งภายใน และบริเวณรอบๆร้าน	4.16 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	D	4.09 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	D	4.10 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	D
7.4	มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า	3.67 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	D	3.61 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	D	3.62 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	D

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ								
		ต่ำกว่า 30 ปี n = 168			31 – 40 ปี n = 127			40 ปี ขึ้นไป n = 105		
		ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
7.5	มีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ	4.19 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	A	4.08 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	C	4.08 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	C
7.6	มีบริการอินเทอร์เน็ตฟรี	3.90 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	D	3.86 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	D	3.88 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	D
7.7	เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย	4.05 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	D	4.00 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	D	4.00 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	D
7.8	รูปกาแฟและเครื่องดื่มในเมนูมีความสวยงามน่ารับประทาน	4.02 (มาก)	4.79 (มากที่สุด)	D	3.98 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	D	3.99 (มาก)	4.72 (มากที่สุด)	D

จากตารางที่ 4.44 แสดงปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 30 ปี เนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ มีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ

และปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ไม่พบปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ในผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี และ อายุ 40 ปี ขึ้นไป