

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 4 ปัญหา และ ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	115	38.33
หญิง	185	61.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.67 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.33

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	19	6.33
18 – 22 ปี	162	54.00
23 – 27 ปี	40	13.33
28 – 32 ปี	50	16.67
33 – 40 ปี	0	0.00
41 ปีขึ้นไป	29	9.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 18 – 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา คือ มีอายุ 28 – 32 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.67 มีอายุ 23 – 27 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.33 มีอายุ 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.67 และมีอายุต่ำกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	257	85.67
สมรส	43	14.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 85.67 และมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 14.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามการศึกษาสูงสุด

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	6	2.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	35	11.67
ปวส./อนุปริญญา	6	2.00
ปริญญาตรี	225	75.00
ปริญญาโท/สูงกว่า	28	9.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 11.67 ปริญญาโท/สูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 9.33 คิดเป็นร้อยละ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และปวส./อนุปริญญา เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน	25	8.33
นักศึกษาปริญญาตรี	153	51.00
นักศึกษาปริญญาโท	13	4.33
ข้าราชการ	17	5.67
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16	5.33
พนักงานบริษัทเอกชน	11	3.67
ธุรกิจส่วนตัว	30	10.00
พนักงานของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	35	11.67
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ พนักงานของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 11.67 ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 10.00 นักเรียน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 5.67 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.33 และพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 3.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	86	28.67
5,001 – 10,000 บาท	93	31.00
10,001 – 15,000 บาท	34	11.33
15,001 – 20,000 บาท	59	19.67
20,001 – 25,000 บาท	15	5.00
มากกว่า 25,000 บาท	13	4.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.67 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.67 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.33 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จักโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ

สื่อที่ทำให้รู้จักโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	217	72.33
เพื่อนแนะนำ	111	37.00
ป้ายผ้า	21	7.00
แผ่นใบปลิว/โบชัวร์	11	3.67
สื่อออนไลน์	3	1.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 คน

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 72.33 รองลงมาคือ เพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 37.00 ป้ายผ้า คิดเป็นร้อยละ 7.00 แผ่นใบปลิว/โบชัวร์ คิดเป็นร้อยละ 3.67 และสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจมากที่สุด

บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อน / ผู้ร่วมงาน	148	49.33
บุคคลในครอบครัว	9	3.00
ตัวเอง	143	47.67
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพื่อน/ผู้ร่วมงานมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.33 รองลงมาคือตัดสินใจด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 47.67 และบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามวันที่ใช้บริการ โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ บ่อยที่สุด

วันที่ใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ บ่อยที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันจันทร์	238	79.33
วันอังคาร	202	67.33
วันพุธ	208	69.33
วันพฤหัสบดี	167	55.67
วันศุกร์	173	57.67
วันเสาร์	24	8.00
วันอาทิตย์	14	4.67

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 คน

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ บ่อยที่สุดในวันจันทร์ คิดเป็นร้อยละ 79.33 รองลงมาคือ วันพุธ คิดเป็นร้อยละ 69.33 วันอังคาร คิดเป็นร้อยละ 67.33 วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 57.67 คิดเป็นร้อยละ 57.67 วันพฤหัสบดี คิดเป็นร้อยละ 55.67 วันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 8.00 และวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 4.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย

ช่วงเวลาที่ใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ก่อน 9.00 น.	14	4.67
9.00 – 10.30 น.	15	5.00
10.31-12.00 น.	83	27.67
12.01- 13.00 น.	149	49.67
13.01-14.30 น.	30	10.00
14.31 – 16.00 น.	2	0.67
หลังเวลา 16.00 น.	7	2.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย ช่วงเวลา 12.01-13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 49.67 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 10.31-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 27.67 ช่วงเวลา 13.01-14.30 น. คิดเป็นร้อยละ 10.00 ช่วงเวลา 9.00-10.30 น. คิดเป็นร้อยละ 5.00 ช่วงเวลาก่อน 9.00 น. คิดเป็นร้อยละ 4.67 หลังเวลา 16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 2.33 และ ช่วงเวลา 14.31-16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 0.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย

ความถี่ในการใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวัน	30	10.00
5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์	47	15.67
3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์	145	48.33
1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์	54	18.00
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	24	8.00
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ โดยเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมาคือ ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 18.00 ใช้บริการ 5- 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 15.67 ใช้บริการทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามประเภทสินค้าที่นิยมซื้อจากโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ

ประเภทสินค้าที่นิยมซื้อจากโรงอาหาร คณะบริหารธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าวราดแกง	184	61.33
อาหารตามสั่ง	209	69.67
ก๋วยเตี๋ยว	125	41.67
เครื่องดื่ม	230	76.67
ขนมขบเคี้ยว / ขนมหวาน	83	27.67
ของทอด	17	5.67

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 คน

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าจากโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจประเภทเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 76.67 รองลงมาคือ อาหารตามสั่ง คิดเป็นร้อยละ 69.67 ข้าวราดแกง คิดเป็นร้อยละ 61.33 ก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 41.67 ขนมขบเคี้ยว/ขนมหวาน คิดเป็นร้อยละ 27.67 และของทอด คิดเป็นร้อยละ 5.67 ตามลำดับ



ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในโรงอาหาร คณะบริหารธุรกิจ เฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในโรงอาหาร คณะบริหารธุรกิจ เฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 บาท	76	25.33
50 - 100 บาท	166	55.33
101 - 150 บาท	54	18.00
151 – 300 บาท	4	1.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ เฉลี่ยต่อครั้ง 50-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.33 รองลงมาคือ น้อยกว่า 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.33 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.00 และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 151- 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามเหตุผลหลักที่เลือกใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ

เหตุผลหลักที่เลือกใช้บริการโรงอาหาร คณะบริหารธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาหารและเครื่องดื่ม	203	67.67
ราคาของอาหารและเครื่องดื่ม	149	49.67
สถานที่ของโรงอาหาร	134	44.67
การส่งเสริมการตลาดของโรงอาหาร	28	9.33
ผู้ขายหรือพนักงาน	101	33.67
กระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการ	80	26.67
การสร้างหรือการนำเสนอบรรยากาศทางกายภาพ	8	2.67
อื่นๆ ได้แก่ ใกล้เคียงที่ทำงาน สะดวกในการเดินทาง ประหยัดค่าใช้จ่าย	37	12.33

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 คน

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจเพราะอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 67.67 รองลงมาคือ ราคาของอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 49.67 สถานที่ของโรงอาหาร คิดเป็นร้อยละ 44.67 ผู้ขายหรือพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 33.67 กระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 26.67 เหตุผลอื่นๆ ได้แก่ ใกล้เคียงที่ทำงาน สะดวกในการเดินทาง ประหยัดค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 12.33 การส่งเสริมการตลาดของโรงอาหาร คิดเป็นร้อยละ 9.33 และการสร้างหรือการนำเสนอบรรยากาศทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 2.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามราคาอาหารที่คิดว่าเหมาะสม

ราคาอาหารที่คิดว่าเหมาะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
• ราคาอาหารธรรมดา/งาน		
20 บาท	135	45.00
22 บาท	2	0.67
25 บาท	79	26.33
30 บาท	76	25.33
35 บาท	8	2.67
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>
• ราคาอาหารพิเศษ/งาน		
25 บาท	97	32.33
27 บาท	3	1.00
30 บาท	105	35.00
35 บาท	69	23.00
40 บาท	19	6.33
50 บาท	7	2.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : ราคาอาหารธรรมดา/งานต่ำสุด 20 บาท ราคาสูงสุด 35 บาท ราคาเฉลี่ย 24.26 บาท

ราคาอาหารพิเศษ/งานต่ำสุด 25 บาท ราคาสูงสุด 50 บาท ราคาเฉลี่ย 30.60 บาท

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าราคาอาหารธรรมดาที่เหมาะสมมากที่สุดคือ 20 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ ราคา 25 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 26.33 ราคา 30 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 25.33 ราคา 35 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 2.67 และราคา 22 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 0.67 ตามลำดับ และเห็นว่าราคาอาหารพิเศษที่เหมาะสมมากที่สุดคือ 30 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ ราคา 25 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 32.33 ราคา 35 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ราคา 40 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 6.33 ราคา 50 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 2.33 และราคา 27 บาท/จาน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามราคาเครื่องดื่มที่คิดว่าเหมาะสม

ราคาเครื่องดื่มที่คิดว่าเหมาะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
• ราคาเครื่องดื่มธรรมดา/แก้ว		
5 บาท	17	5.67
7 บาท	22	7.33
10 บาท	157	52.33
12 บาท	4	1.33
15 บาท	66	22.00
20 บาท	29	9.67
25 บาท	5	1.67
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>
• ราคาเครื่องดื่มพิเศษ/แก้ว		
7 บาท	3	1.00
10 บาท	26	8.67
12 บาท	12	4.00
15 บาท	136	45.33
17 บาท	5	1.67
20 บาท	74	24.67
25 บาท	31	10.33
30 บาท	13	4.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าราคาเครื่องดื่มน้ำดื่มธรรมดาที่เหมาะสมมากที่สุดคือ 10 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 52.33 รองลงมาคือ ราคา 15 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 22.00 ราคา 20 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 9.67 ราคา 7 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 7.33 ราคา 5 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 5.67 ราคา 25 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 1.67 และราคา 12 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ และเห็นว่าราคาเครื่องดื่มพิเศษที่เหมาะสมมากที่สุดคือ 15 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 45.33 รองลงมาคือ ราคา 20 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 24.67 ราคา 25 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 10.33 ราคา 10 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 8.67 ราคา 30 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 4.33 ราคา 12 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 4.00 ราคา 17 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 1.67 และราคา 7 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะอาดของอาหาร	148 (49.33)	128 (42.67)	24 (8.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.41 (มาก)	1
ความสะอาดของเครื่องคั่ว	86 (28.67)	139 (46.33)	67 (22.33)	6 (2.00)	2 (0.67)	4.00 (มาก)	7
รสชาติของอาหาร	121 (40.33)	160 (53.33)	9 (6.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.34 (มาก)	2
รสชาติของเครื่องคั่ว	47 (15.67)	131 (43.67)	98 (32.67)	23 (7.67)	1 (0.33)	3.67 (มาก)	14
ความสดใหม่และคุณภาพ ของวัตถุดิบ	123 (41.00)	148 (49.33)	26 (8.67)	3 (1.00)	0 (0.00)	4.30 (มาก)	3
ความสะอาดและความ ครบถ้วนของเครื่องปรุง	92 (30.67)	144 (48.00)	54 (18.00)	9 (3.00)	1 (0.33)	4.06 (มาก)	6
ไม่ใช้ผงชูรสในการปรุง อาหาร	118 (39.33)	135 (45.00)	41 (13.67)	5 (1.67)	1 (0.33)	4.21 (มาก)	4
เมนูอาหารมีความโดดเด่น เฉพาะตัวและไม่สามารถหา ทานที่อื่นได้	27 (9.00)	93 (31.00)	131 (43.67)	40 (13.33)	9 (3.00)	3.30 (ปานกลาง)	19
ความหลากหลายของอาหาร และประเภทอาหาร	86 (28.67)	160 (53.33)	48 (16.00)	4 (1.33)	2 (0.67)	4.08 (มาก)	5
ความหลากหลายของ เครื่องคั่วและประเภท เครื่องคั่ว	55 (18.33)	134 (44.67)	92 (30.67)	17 (5.67)	2 (0.67)	3.74 (มาก)	11

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  
 โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
 ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความแปลกใหม่และ สร้างสรรค์ของเมนูอาหาร	67 (22.33)	98 (32.67)	99 (33.00)	30 (10.00)	6 (2.00)	3.63 (มาก)	16
ความแปลกใหม่และ สร้างสรรค์ของเมนูเครื่องดื่ม	22 (7.33)	90 (30.00)	129 (43.00)	51 (17.00)	8 (2.67)	3.22 (ปานกลาง)	20
สามารถสั่งเมนูพิเศษที่ แตกต่างจากที่นำเสนอได้	63 (21.00)	138 (46.00)	82 (27.33)	13 (4.33)	4 (1.33)	3.81 (มาก)	9
การตกแต่งอาหารสวยงามน่า รับประทาน	48 (16.00)	95 (31.67)	127 (42.33)	24 (8.00)	6 (2.00)	3.52 (มาก)	17
ภาชนะบรรจุอาหารสะอาด และมีคุณภาพ	49 (16.33)	137 (45.67)	93 (31.00)	19 (6.33)	2 (0.67)	3.71 (มาก)	12
ภาชนะบรรจุเครื่องดื่ม สะอาดและมีคุณภาพ	58 (19.33)	107 (35.67)	104 (34.67)	30 (10.00)	1 (0.33)	3.64 (มาก)	15
ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมี หลายขนาดให้เลือก	39 (13.00)	113 (37.67)	114 (38.00)	30 (10.00)	4 (1.33)	3.51 (มาก)	18
มีจุดวางซ้อน-ส้อมไว้บริการ	69 (23.00)	110 (36.67)	100 (33.33)	20 (6.67)	1 (0.33)	3.75 (มาก)	10
จุดวางซ้อน-ส้อมมีมาก เพียงพอสำหรับให้บริการ	69 (23.00)	108 (36.00)	89 (29.67)	33 (11.00)	1 (0.33)	3.70 (มาก)	13
ชื่อเสียงของร้านอาหารใน โรงอาหาร	65 (21.67)	144 (48.00)	81 (27.00)	8 (2.67)	2 (0.67)	3.87 (มาก)	8
<b>ค่าเฉลี่ย (แปลผล)</b>						<b>3.82 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.41) รongลงมาคือ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.34) ความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ไม่ใช่ผงชูรสในการปรุงอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความหลากหลายของอาหาร และประเภทอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความสะอาดและความครบถ้วนของเครื่องปรุง (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความสะอาดของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.00) ชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 3.87) สามารถสั่งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่นำเสนอได้ (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีจุดลวกซ้อน-ส้อมไว้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ความหลากหลายของเครื่องดื่มและประเภทเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.74) ภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.71) จุดลวกซ้อน-ส้อมมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.70) รสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.67) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความแปลกใหม่ และสร้างสรรค์ของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.63) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ เมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัวและไม่สามารถหาทานที่อื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.30) และความแปลกใหม่ และสร้างสรรค์ของเมนูเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  
 โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
 ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาอาหารเหมาะสมกับ คุณภาพและปริมาณ	131 (43.67)	126 (42.00)	41 (13.67)	2 (0.67)	0 (0.00)	4.29 (มาก)	1
มีอาหารหลากหลายระดับ ราคา	83 (27.67)	171 (57.00)	43 (14.33)	3 (1.00)	0 (0.00)	4.11 (มาก)	3
สามารถต่อรองราคาได้	29 (9.67)	76 (25.33)	103 (34.33)	69 (23.00)	23 (7.67)	3.06 (ปานกลาง)	10
มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน	54 (18.00)	129 (43.00)	87 (29.00)	27 (9.00)	3 (1.00)	3.68 (มาก)	6
ความคงที่ของราคา ไม่ เปลี่ยนราคาขึ้น-ลงบ่อย	39 (13.00)	135 (45.00)	110 (36.67)	13 (4.33)	3 (1.00)	3.65 (มาก)	7
ราคาต่อหน่วย (ชิ้น/จาน/ ชาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของ อาหารต่ำกว่าราคาตลาด	123 (41.00)	134 (44.67)	40 (13.33)	2 (0.67)	1 (0.33)	4.25 (มาก)	2
ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคา ตลาด	83 (27.67)	129 (43.00)	75 (25.00)	12 (4.00)	1 (0.33)	3.94 (มาก)	4
เครื่องดื่มมีหลายราคาตาม ภาชนะบรรจุ	41 (13.67)	115 (38.33)	113 (37.67)	29 (9.67)	2 (0.67)	3.55 (มาก)	8
ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสม กับคุณภาพและปริมาณที่ ได้รับ	65 (21.67)	126 (42.00)	95 (31.67)	14 (4.67)	0 (0.00)	3.81 (มาก)	5
มีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่ง เพิ่มเติมได้	43 (14.33)	88 (29.33)	101 (33.67)	52 (17.33)	16 (5.33)	3.30 (ปานกลาง)	9
<b>ค่าเฉลี่ย (แปลผล)</b>						<b>3.76 (มาก)</b>	



จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ ราคาต่อหน่วย (ชิ้น/จาน/ซาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีอาหารหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.11) ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.94) ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.68) ความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนราคาขึ้น-ลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.65) เครื่องดื่มมีหลายราคาตามภาชนะบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ มีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่งเพิ่มเติมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.30) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.06)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  
 โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
 ด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	99 (33.00)	163 (54.33)	37 (12.33)	1 (0.33)	0 (0.00)	4.20 (มาก)	1
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	95 (31.67)	142 (47.33)	53 (17.67)	6 (2.00)	4 (1.33)	4.06 (มาก)	3
จุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด	35 (11.67)	111 (37.00)	107 (35.67)	39 (13.00)	8 (2.67)	3.42 (ปานกลาง)	10
มีห้องทานอาหารสำหรับอาจารย์และเจ้าหน้าที่	71 (23.67)	90 (30.00)	85 (28.33)	44 (14.67)	10 (3.33)	3.56 (มาก)	8
ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน	91 (30.33)	103 (34.33)	77 (25.67)	26 (8.67)	3 (1.00)	3.84 (มาก)	5
ตั้งอยู่ใกล้กับที่พัก	77 (25.67)	119 (39.67)	81 (27.00)	16 (5.33)	7 (2.33)	3.81 (มาก)	6
ที่ตั้งห่างไกลมองเห็นได้ง่าย	80 (26.67)	119 (39.67)	85 (28.33)	16 (5.33)	0 (0.00)	3.88 (มาก)	4
จัดที่นั่งไว้เพียงพอ	93 (31.00)	149 (49.67)	51 (17.00)	6 (2.00)	1 (0.33)	4.09 (มาก)	2
ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ	39 (13.00)	86 (28.67)	132 (44.00)	36 (12.00)	7 (2.33)	3.38 (ปานกลาง)	12
ระยะเวลาเปิดบริการ ก่อน 8.00 น.	54 (18.00)	105 (35.00)	110 (36.67)	26 (8.67)	5 (1.67)	3.59 (มาก)	7
ระยะเวลาเปิดบริการ หลัง 18.00 น. (เปิดขายอาหารเย็น)	54 (18.00)	96 (32.00)	105 (35.00)	39 (13.00)	6 (2.00)	3.51 (มาก)	9
อยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก	46 (15.33)	96 (32.00)	96 (32.00)	56 (18.67)	6 (2.00)	3.40 (ปานกลาง)	11
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.73 (มาก)	

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ จัดที่นั่งไว้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ที่ตั้งหาง่าย มองเห็นได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตั้งอยู่ใกล้กับที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ระยะเวลาเปิดบริการ ก่อน 8.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.59) มีห้องทานอาหารสำหรับ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ระยะเวลาเปิดบริการหลัง 18.00 น. (เปิดขายอาหารเย็น) (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ จุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด (ค่าเฉลี่ย 3.42) อยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.40) และระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.38)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  
 โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ	55 (18.33)	77 (25.67)	144 (48.00)	19 (6.33)	5 (1.67)	3.53 (มาก)	1
การตกแต่งสถานที่และหน้า ร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ	38 (12.67)	91 (30.33)	137 (45.67)	29 (9.67)	5 (1.67)	3.43 (ปานกลาง)	3
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	19 (6.33)	62 (20.67)	153 (51.00)	59 (19.67)	7 (2.33)	3.09 (ปานกลาง)	5
การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร	40 (13.33)	81 (27.00)	129 (43.00)	45 (15.00)	5 (1.67)	3.35 (ปานกลาง)	4
มีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร	50 (16.67)	87 (29.00)	126 (42.00)	36 (12.00)	1 (0.33)	3.50 (มาก)	2
มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร	21 (7.00)	67 (22.33)	138 (46.00)	61 (20.33)	13 (4.33)	3.07 (ปานกลาง)	6
การจัดทำบัตรสะสมคะแนน สำหรับลูกค้า	19 (6.33)	58 (19.33)	116 (38.67)	75 (25.00)	32 (10.67)	2.86 (ปานกลาง)	8
การให้บริการน้ำดื่มฟรี	25 (8.33)	77 (25.67)	107 (35.67)	69 (23.00)	22 (7.33)	3.05 (ปานกลาง)	7
มีอาหารและเครื่องดื่มให้ ทดลองชิมฟรี	17 (5.67)	54 (18.00)	95 (31.67)	86 (28.67)	48 (16.00)	2.69 (ปานกลาง)	10
การมีส่วนลดให้แก่สมาชิก	21 (7.00)	57 (19.00)	90 (30.00)	70 (23.33)	62 (20.67)	2.68 (ปานกลาง)	11
มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่ น่าสนใจ	20 (6.67)	63 (21.00)	89 (29.67)	67 (22.33)	61 (20.33)	2.71 (ปานกลาง)	9
การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ	24 (8.00)	46 (15.33)	84 (28.00)	75 (25.00)	71 (23.67)	2.59 (ปานกลาง)	12
<b>ค่าเฉลี่ย (แปลผล)</b>						<b>3.05 (ปานกลาง)</b>	

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และมีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ การตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.43) การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.35) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.09) มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.07) การให้บริการน้ำดื่มฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.05) การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.86) มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.71) มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 2.69) การมีส่วนร่วมให้แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.68) และการให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.59)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  
 โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
 ด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มี ความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็น กันเองของผู้ชาย	105 (35.00)	124 (41.33)	50 (16.67)	21 (7.00)	0 (0.00)	4.04 (มาก)	1
ความกระตือรือร้นและเอาใจ ใส่ในการให้บริการของผู้ชาย	96 (32.00)	119 (39.67)	56 (18.67)	27 (9.00)	2 (0.67)	3.93 (มาก)	2
การตอบสนองและความเต็ม ใจของผู้ชายในการบริการ	84 (28.00)	124 (41.67)	64 (21.33)	22 (7.33)	5 (1.67)	3.87 (มาก)	3
ความถูกต้องและรวดเร็วใน การบริการของผู้ชาย	76 (25.33)	118 (39.33)	85 (28.33)	21 (7.00)	0 (0.00)	3.83 (มาก)	4
ความสะอาดและสุขอนามัย ของผู้ชาย	66 (22.00)	132 (44.00)	83 (27.67)	17 (5.67)	2 (0.67)	3.81 (มาก)	5
ความเหมาะสมของการแต่ง กายของผู้ชาย	42 (14.00)	104 (34.67)	117 (39.00)	33 (11.00)	4 (1.33)	3.49 (ปานกลาง)	8
จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอ สำหรับการให้บริการ	43 (14.33)	115 (38.33)	107 (35.67)	31 (10.33)	4 (1.33)	3.54 (มาก)	7
ความเสมอภาคในการ ให้บริการของผู้ชาย	42 (14.00)	120 (40.00)	98 (32.67)	37 (12.33)	3 (1.00)	3.54 (มาก)	7
ความซื่อสัตย์ของผู้ชายต่อ ผู้ให้บริการ	55 (18.33)	110 (36.67)	98 (32.67)	35 (11.67)	2 (0.67)	3.60 (มาก)	6
ผู้ชายสามารถตอบข้อซักถาม และให้ข้อมูลในการบริการ ได้	43 (14.33)	102 (34.00)	105 (35.00)	42 (14.00)	8 (2.67)	3.43 (ปานกลาง)	9
<b>ค่าเฉลี่ย (แปลผล)</b>						<b>3.71 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือ ความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) การตอบสนองและความเต็มใจของผู้ขายในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความซื่อสัตย์ของผู้ขายต่อผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.60) จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ และความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ขาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ความเหมาะสมของการแต่งกายของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.49) และผู้ขายสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในการบริการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การทักทายและต้อนรับของผู้ขาย	105 (35.00)	112 (37.33)	74 (24.67)	9 (3.00)	0 (0.00)	4.04 (มาก)	2
ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่สั่ง	107 (35.67)	117 (39.00)	67 (22.33)	9 (3.00)	0 (0.00)	4.07 (มาก)	1
การแสดงวิธีปรุงอาหารโดยผู้ขาย	50 (16.67)	103 (34.33)	107 (35.67)	33 (11.00)	7 (2.33)	3.52 (มาก)	8
การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ	69 (23.00)	107 (35.67)	97 (32.33)	26 (8.67)	1 (0.33)	3.72 (มาก)	5
ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องคั้นไม่ยุ่งยากซับซ้อน	55 (18.33)	132 (44.00)	93 (31.00)	20 (6.67)	0 (0.00)	3.74 (มาก)	4
ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องคั้น	52 (17.33)	129 (43.00)	93 (31.00)	25 (8.33)	1 (0.33)	3.69 (มาก)	6

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  
 โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
 ด้านกระบวนการให้บริการ (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ระยะเวลาที่ต้องรอในการรอ รับอาหารหรือ เครื่องดื่ม	50 (16.67)	146 (48.67)	85 (28.33)	17 (5.67)	2 (0.67)	3.75 (มาก)	3
ระยะเวลาเช็กบิลอาหารและ ทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว	45 (15.00)	103 (34.33)	128 (42.67)	21 (7.00)	3 (1.00)	3.55 (มาก)	7
ใช้บัตรหรือคูปองในการ ชำระเงิน แทน เงินสด	19 (6.33)	89 (29.67)	111 (37.00)	68 (22.67)	13 (4.33)	3.11 (ปานกลาง)	9
ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิว สั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยก จากกันอย่างชัดเจน	23 (7.67)	74 (24.67)	124 (41.33)	67 (22.33)	12 (4.00)	3.10 (ปานกลาง)	10
มีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือ เครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ	21 (7.00)	59 (19.67)	121 (40.33)	66 (22.00)	33 (11.00)	2.90 (ปานกลาง)	12
มีพนักงานเก็บภาชนะอาหาร และ เครื่องดื่ม หลังจาก รับประทานเสร็จเรียบร้อย	21 (7.00)	80 (26.67)	106 (35.33)	69 (23.00)	24 (8.00)	3.02 (ปานกลาง)	11
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.52 (มาก)	

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้  
 ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ในปัจจัยย่อย  
 ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่สั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.07)  
 รองลงมาคือ การทักทายและต้อนรับของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.04) ระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหาร  
 หรือ เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.75) ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.74)  
 การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหาร  
 หรือเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.69) ระยะเวลาเช็กบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.55)



การแสดงวิธีปรุงอาหารโดยผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ใช้บัตรหรือคู่มือในการชำระเงินแทนเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.11) ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.10) มีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องดื่มหลังจากรับประทานเสร็จเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.02) และมีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ (ค่าเฉลี่ย 2.90)

**ตารางที่ 23** แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะอาดของพื้น โต๊ะ เก้าอี้	74 (24.67)	138 (46.00)	62 (20.67)	24 (8.00)	2 (0.67)	3.86 (มาก)	1
มี โต๊ะ และเก้าอี้มีจำนวน เพียงพอ	73 (24.33)	126 (42.00)	68 (22.67)	32 (10.67)	1 (0.33)	3.79 (มาก)	3
โต๊ะและเก้าอีนั่งสบายและ ปลอดภัย	70 (23.33)	130 (43.33)	74 (24.67)	25 (8.33)	1 (0.33)	3.81 (มาก)	2
ความสะอาดและสวยงาม ของ พื้นและรอบบริเวณของ โรง อาหารฯ	66 (22.00)	118 (39.33)	89 (29.67)	25 (8.33)	2 (0.67)	3.74 (มาก)	4
การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม	44 (14.67)	114 (38.00)	109 (36.33)	33 (11.00)	0 (0.00)	3.56 (มาก)	6
มีสัญลักษณ์รับประกันความ อร่อยที่มีชื่อเสียง	38 (12.67)	104 (34.67)	117 (39.00)	40 (13.33)	1 (0.33)	3.46 (ปานกลาง)	8
มีสัญลักษณ์รับประกันความ สะอาดได้มาตรฐานความ ปลอดภัย	45 (15.00)	91 (30.33)	132 (44.00)	32 (10.67)	0 (0.00)	3.50 (มาก)	7
ร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้าน เป็นเอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ ง่าย	35 (11.67)	97 (32.33)	123 (41.00)	43 (14.33)	2 (0.67)	3.40 (ปานกลาง)	9

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  
 โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ต่อ)

ปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่ง รับประทานอาหาร	26 (8.67)	84 (28.00)	120 (40.00)	58 (19.33)	12 (4.00)	3.18 (ปานกลาง)	10
มีเสียงเพลงเปิดให้ฟังขณะ รับประทานอาหาร	36 (12.00)	44 (14.67)	109 (36.33)	93 (31.00)	18 (6.00)	2.96 (ปานกลาง)	11
จุดพิเศษอาหารและที่วาง ภาชนะสะอาดและเรียบร้อย	43 (14.33)	63 (21.00)	109 (36.33)	76 (25.33)	5 (3.00)	3.18 (ปานกลาง)	10
จุดพิเศษอาหารและที่วาง ภาชนะมีมากเพียงพอ	57 (19.00)	107 (35.67)	102 (34.00)	32 (10.67)	2 (0.67)	3.62 (มาก)	5
<b>ค่าเฉลี่ย (แปลผล)</b>						<b>3.50 (ปานกลาง)</b>	

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบ  
 แบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง  
 (ค่าเฉลี่ย 3.50) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ความสะอาดของพื้น  
 โถ๊ะ เก้าอี้ (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาคือ โถ๊ะและเก้าอี้ที่นั่งสบายและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีโถ๊ะและ  
 เก้าอี้มีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.79) จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะมีมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.62)  
 ความสะอาดและสวยงามของพื้นและรอบบริเวณของโรงอาหารฯ (ค่าเฉลี่ย 3.74) การตกแต่ง  
 บรรยากาศร่มรื่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาดได้มาตรฐานความ  
 ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ มี  
 สัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็น  
 เอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่งรับประทานอาหาร และจุดเท  
 เศษอาหารและที่วางภาชนะสะอาดและเรียบร้อย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.18) และมีเสียงเพลงเปิดให้ฟัง  
 ขณะรับประทานอาหาร (ค่าเฉลี่ย 2.96)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.82	มาก	1
ปัจจัยด้านราคา	3.76	มาก	2
ปัจจัยด้านสถานที่	3.73	มาก	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.05	ปานกลาง	7
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.71	มาก	4
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.52	มาก	5
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.50	ปานกลาง	6

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ  
 โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาสูงสุด  
 อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ  
 โรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย  
 ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	หญิง	รวม
	n=115	n=185	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดของอาหาร	4.43 (มาก)	4.40 (มาก)	4.41 (มาก)
ความสะอาดของเครื่องดื่ม	4.04 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)
รสชาติของอาหาร	4.34 (มาก)	4.34 (มาก)	4.34 (มาก)
รสชาติของเครื่องดื่ม	3.72 (มาก)	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)
ความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ	4.41 (มาก)	4.24 (มาก)	4.30 (มาก)
ความสะอาดและความครบถ้วนของเครื่องปรุง	4.16 (มาก)	3.99 (มาก)	4.06 (มาก)
ไม่ใช้ผงชูรสในการปรุงอาหาร	4.25 (มาก)	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)
เมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัวและไม่สามารถ หาทานที่อื่นได้	3.48 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	หญิง	รวม
	n=115	n=185	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของอาหารและประเภทอาหาร	4.17 (มาก)	4.02 (มาก)	4.08 (มาก)
ความหลากหลายของเครื่องดื่มและประเภทเครื่องดื่ม	3.80 (มาก)	3.71 (มาก)	3.74 (มาก)
ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูอาหาร	3.77 (มาก)	3.55 (มาก)	3.63 (มาก)
ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูเครื่องดื่ม	3.34 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
สามารถสั่งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่นำเสนอได้	3.93 (มาก)	3.74 (มาก)	3.81 (มาก)
การตกแต่งอาหารสวยงามน่ารับประทาน	3.63 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
ภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)
ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มสะอาดและมีคุณภาพ	3.61 (มาก)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)
ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก	3.60 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
มีจุดลวกซ้อน-ส้อมไว้บริการ	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)
จุดลวกซ้อน-ส้อมมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ	3.68 (มาก)	3.72 (มาก)	3.70 (มาก)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	หญิง	รวม
	n=115	n=185	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล	4.06 (มาก)	3.76 (มาก)	3.87 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ ความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.41) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.34) ไม่ใช้ผงชูรสในการปรุงอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความหลากหลายของอาหารและประเภทอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความสะอาดและความครบถ้วนของเครื่องปรุง (ค่าเฉลี่ย 4.16) ชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความสะอาดของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.04) สามารถสั่งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่นำเสนอได้ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ความหลากหลายของเครื่องดื่มและประเภทเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูอาหาร และมีจุดลวกซ้อน-ส้อมไว้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.77) รสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.72) จุดลวกซ้อน-ส้อมมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.65) การตกแต่งอาหารสวยงามน่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.63) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ เมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัวและไม่สามารถหาทานที่อื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.48) และความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสะอาดของอาหาร

(ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.34) ความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ไม่ใช่ผงชูรสในการปรุงอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความหลากหลายของอาหารและประเภทอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความสะอาดและความครบถ้วนของเครื่องปรุง (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความสะอาดของเครื่องดื่มน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีจุดลวกช้อน-ส้อมไว้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) สามารถสั่งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่นำเสนอได้ และภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.74) จุดลวกช้อน-ส้อมมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ความหลากหลายของเครื่องดื่มและประเภทเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.71) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.63) ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.55) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.45) การตกแต่งอาหารสวยงามน่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.44) เมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัวและไม่สามารถหาทานที่อื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.18) และความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.15)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	ชาย	หญิง	รวม
	n=115	n=185	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	4.37 (มาก)	4.23 (มาก)	4.29 (มาก)
มีอาหารหลากหลายระดับราคา	4.06 (มาก)	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.28 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน	3.63 (มาก)	3.71 (มาก)	3.68 (มาก)
ความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนราคาขึ้น-ลงบ่อย	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)
ราคาต่อหน่วย (ชิ้น/จาน/ชาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่าราคาตลาด	4.21 (มาก)	4.28 (มาก)	4.25 (มาก)
ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)
เครื่องดื่มมีหลายราคาตามภาชนะบรรจุ	3.56 (มาก)	3.54 (มาก)	3.55 (มาก)
ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ	3.78 (มาก)	3.82 (มาก)	3.81 (มาก)
มีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่งเพิ่มเติมได้	3.32 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.77 (มาก)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>



จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือ ราคาต่อหน่วย (ขึ้น/จาน/ชาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีอาหารหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.06) ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.93) ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.63) ความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนแปลงราคาขึ้น-ลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.60) เครื่องดื่มมีหลายราคาตามภาชนะบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่งเพิ่มเติมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.32) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ราคาต่อหน่วย (ขึ้น/จาน/ชาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีอาหารหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.15) ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.94) ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนแปลงราคาขึ้น-ลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.68) เครื่องดื่มมีหลายราคาตามภาชนะบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 2.93) และมีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่งเพิ่มเติมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	ชาย	หญิง	รวม
	n=115	n=185	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.11 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.20 (มาก)	3.97 (มาก)	4.06 (มาก)
จุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด	3.60 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
มีห้องทานอาหารสำหรับ อาจารย์และเจ้าหน้าที่	3.43 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.56 (มาก)
ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน	3.97 (มาก)	3.76 (มาก)	3.84 (มาก)
ตั้งอยู่ใกล้กับที่พัก	3.95 (มาก)	3.72 (มาก)	3.81 (มาก)
ที่ตั้งห่างไกล มองเห็นได้ง่าย	3.87 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)
จัดที่นั่งไว้เพียงพอ	4.16 (มาก)	4.05 (มาก)	4.09 (มาก)
ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ	3.42 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ระยะเวลาเปิดบริการก่อน 8.00 น.	3.62 (มาก)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)
ระยะเวลาเปิดบริการหลัง 18.00 น. (เปิดขายอาหารเย็น)	3.58 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
อยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก	3.38 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.77 (มาก)</b>	<b>3.70 (มาก)</b>	<b>3.73 (มาก)</b>

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ จัดที่นั่งไว้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตั้งอยู่ใกล้กับที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ที่ตั้งหาง่าย มองเห็นได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87) ระยะเวลาเปิดบริการก่อน 8.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.62) จุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด (ค่าเฉลี่ย 3.60) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีห้องทานอาหารสำหรับ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 3.43) ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.42) และอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ จัดที่นั่งไว้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ที่ตั้งหาง่าย มองเห็นได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตั้งอยู่ใกล้กับที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีห้องทานอาหารสำหรับ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ระยะเวลาเปิดบริการก่อน 8.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.57) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ อยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.41) ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.36) และจุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	หญิง	รวม
	n=115	n=185	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ	3.69 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
การตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ	3.63 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.30 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร	3.49 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร	3.57 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร	3.24 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า	3.07 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
การให้บริการน้ำดื่มฟรี	3.11 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี	2.83 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
การมีส่วนลดให้แก่สมาชิก	2.85 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)
มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	2.80 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ	2.73 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.19 (ปานกลาง)</b>	<b>2.95 (ปานกลาง)</b>	<b>3.05 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมาคือ การตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.57) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.49) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.30) มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.24) การให้บริการน้ำดื่มฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.11) การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.07) การมีส่วนลดให้แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.85) มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 2.83) มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.80) และการให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.95) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ มีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.45) รองลงมาคือ การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.43) การตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.30) การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.27) การให้บริการน้ำดื่มฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.01) มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 2.97) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.96) การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.72) มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.66) มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 2.60) การมีส่วนลดให้แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.58) และการให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ชาย	หญิง	รวม
	n=115	n=185	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ชาย	4.19 (มาก)	3.95 (มาก)	4.04 (มาก)
ความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ชาย	4.19 (มาก)	3.77 (มาก)	3.93 (มาก)
การตอบสนองและความเต็มใจของผู้ชายในการบริการ	4.09 (มาก)	3.74 (มาก)	3.87 (มาก)
ความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการของผู้ชาย	3.97 (มาก)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)
ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ชาย	3.90 (มาก)	3.76 (มาก)	3.81 (มาก)
ความเหมาะสมของการแต่งกายของผู้ชาย	3.69 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ	3.68 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ชาย	3.72 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ความซื่อสัตย์ของผู้ชายต่อผู้ใช้บริการ	3.66 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)
ผู้ชายสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในการบริการได้	3.57 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.61 (มาก)</b>	<b>3.71 (มาก)</b>

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

เรียงลำดับคือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ขาย และความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ขาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ การตอบสนองและความเต็มใจของผู้ขายในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.72) ความเหมาะสมของการแต่งกายของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.69) จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ความซื่อสัตย์ของผู้ขายต่อผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ผู้ขายสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในการบริการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาคือ ความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) (ค่าเฉลี่ย การตอบสนองและความเต็มใจของผู้ขายในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความซื่อสัตย์ของผู้ขายต่อผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.42) ความเหมาะสมของการแต่งกายของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.37) และผู้ขายสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในการบริการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ชาย	หญิง	รวม
	n=115	n=185	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การทักทายและต้อนรับของผู้ชาย	4.19 (มาก)	3.95 (มาก)	4.04 (มาก)
ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่ตั้ง	4.15 (มาก)	4.03 (มาก)	4.07 (มาก)
การแสดงวิธีปรุงอาหาร โดยผู้ชาย	3.68 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ	3.90 (มาก)	3.61 (มาก)	3.72 (มาก)
ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.91 (มาก)	3.63 (มาก)	3.74 (มาก)
ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม	3.84 (มาก)	3.59 (มาก)	3.69 (มาก)
ระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหารหรือเครื่องดื่ม	3.89 (มาก)	3.66 (มาก)	3.75 (มาก)
ระยะเวลาเช็กบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว	3.58 (มาก)	3.54 (มาก)	3.55 (มาก)
ใช้บัตรหรือคูโปงในการชำระเงิน แทน เงินสด	3.15 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน	3.12 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
มีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ	3.05 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
มีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องดื่มหลังจาก รับประทานเสร็จเรียบร้อย	3.20 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.64 (มาก)</b>	<b>3.44 (ปานกลาง)</b>	<b>3.52 (มาก)</b>



จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การตกทายและต้อนรับของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.15) ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.91) การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหารหรือ เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.89) ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.84) การแสดงวิธีปรุงอาหารโดยผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.68) ระยะเวลาเช็คบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.58) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องดื่มหลังจากรับประทานเสร็จเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.20) ใช้บัตรหรือคูปองในการชำระเงิน แทน เงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.15) ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.12) และมีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ การตกทายและต้อนรับของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.95) ระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหารหรือ เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.66) ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.63) การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.59) ระยะเวลาเช็คบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.54) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ การแสดงวิธีปรุงอาหารโดยผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.42) ใช้บัตรหรือคูปองในการชำระเงิน แทน เงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.09) ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.08) มีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องดื่มหลังจากรับประทานเสร็จเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.90) และมีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ (ค่าเฉลี่ย 2.80)

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ชาย	หญิง	รวม
	n=115	n=185	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดของพื้น โถ๊ะ เก้าอี้	3.96 (มาก)	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)
มีโถ๊ะและเก้าอี้มีจำนวนเพียงพอ	3.85 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)
โถ๊ะและเก้าอี้ที่นั่งสบายและปลอดภัย	3.93 (มาก)	3.74 (มาก)	3.81 (มาก)
ความสะอาดและสวยงาม ของพื้นและรอบบริเวณของโรง อาหารฯ	3.88 (มาก)	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)
การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม	3.72 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
มีสัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มีชื่อเสียง	3.63 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาดได้มาตรฐานความ ปลอดภัย	3.61 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็นเอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ ง่าย	3.55 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่งรับประทาน	3.28 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
มีเสียงเพลงเปิดให้ฟังขณะรับประทาน	3.03 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะสะอาดและเรียบร้อย	3.08 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะมีมากเพียงพอ	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)	3.62 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.59 (มาก)</b>	<b>3.45 (ปานกลาง)</b>	<b>3.50 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสะอาดของพื้น โถ้ ะ เก้าอี้ (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมาคือ โถ้ ะและเก้าอี้นั่งสบายและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ความสะอาดและสวยงาม ของพื้น และรอบบริเวณของโรงอาหารฯ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีโถ้ ะและเก้าอี้มีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85) การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีสัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มีชื่อเสียง และจุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะมีมากเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาดได้มาตรฐานความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.61) ร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็นเอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.55) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่งรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.28) จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะสะอาดและเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.08) และมีเสียงเพลงเปิดให้ฟังขณะรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ความสะอาดของพื้น โถ้ ะ เก้าอี้ (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ มีโถ้ ะและเก้าอี้มีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.76) โถ้ ะและเก้าอี้ นั่งสบายและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความสะอาดและสวยงาม ของพื้นและรอบบริเวณของโรงอาหารฯ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และจุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะมีมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาดได้มาตรฐานความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.43) มีสัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็นเอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.31) จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะสะอาดและเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.25) มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่งรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.12) และมีเสียงเพลงเปิดให้ฟังขณะรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 2.91)

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการ  
เลือกใช้บริการร้านอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย  
ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 23 ปี (n=181)		23 ปีขึ้นไป (n=119)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ความสะอาดของอาหาร	4.49	มาก	4.29	มาก	4.41	มาก
ความสะอาดของเครื่องคั้ม	4.13	มาก	3.81	มาก	4.00	มาก
รสชาติของอาหาร	4.36	มาก	4.31	มาก	4.34	มาก
รสชาติของเครื่องคั้ม	3.77	มาก	3.50	มาก	3.67	มาก
ความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ	4.35	มาก	4.23	มาก	4.30	มาก
ความสะอาดและความครบถ้วนของ เครื่องปรุง	4.19	มาก	3.85	มาก	4.06	มาก
ไม่ใช้ผงชูรสในการปรุงอาหาร	4.28	มาก	4.12	มาก	4.21	มาก
เมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัวและ ไม่สามารถหาทานที่อื่นได้	3.42	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	3.30	มาก
ความหลากหลายของอาหารและประเภท อาหาร	4.15	มาก	3.97	มาก	4.08	มาก
ความหลากหลายของเครื่องคั้มและ ประเภทเครื่องคั้ม	3.87	มาก	3.55	มาก	3.74	มาก
ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของ เมนูอาหาร	3.76	มาก	3.45	ปานกลาง	3.63	มาก
ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนู เครื่องคั้ม	3.35	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง
สามารถสั่งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่ นำเสนอได้	3.87	มาก	3.71	มาก	3.81	มาก
การตกแต่งอาหารสวยงามน่ารับประทาน	3.57	มาก	3.43	ปานกลาง	3.52	มาก
ภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ	3.78	มาก	3.60	มาก	3.71	มาก
ภาชนะบรรจุเครื่องคั้มสะอาดและมี คุณภาพ	3.72	มาก	3.50	มาก	3.64	มาก

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 23 ปี (n=181)		23 ปีขึ้นไป (n=119)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	แปลผล	ค่าเฉลี่ย
ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก	3.68	มาก	3.25	ปานกลาง	3.51	มาก
มีจุดแลกซ็อน-ส้อมไว้บริการ	3.85	มาก	3.61	มาก	3.75	มาก
จุดแลกซ็อน-ส้อมมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ	3.86	มาก	3.47	ปานกลาง	3.70	มาก
ชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล	3.99	มาก	3.69	มาก	3.87	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.92</b>	<b>มาก</b>	<b>3.67</b>	<b>มาก</b>	<b>3.82</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 23 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ไม่ใช้ผงชูรสในการปรุงอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความสะอาดและความครบถ้วนของเครื่องปรุง (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความหลากหลายของอาหารและประเภทอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความสะอาดของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.13) ชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.99) เมนูอาหาร และสามารถสั่งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่นำเสนอได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.87) จุดแลกซ็อน-ส้อมมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีจุดแลกซ็อน-ส้อมไว้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.78) รสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูอาหาร และ จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะมีมากเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.68) การตกแต่งอาหารสวยงามน่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ เมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัวและไม่สามารถหาทานที่อื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.42) และความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 23 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ รสชาติของอาหาร

(ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ไม่ใช่ผงชูรสในการปรุงอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความหลากหลายของอาหารและประเภทอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความสะอาดและความครบถ้วนของเครื่องปรุง (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความสะอาดของเครื่องดื่มน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.81) สามารถสั่งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่นำเสนอได้ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีจุดลวกซอ-ส้อมไว้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ความหลากหลายของเครื่องดื่มน้ำและประเภทเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.55) รสชาติของเครื่องดื่ม และภาชนะบรรจุเครื่องดื่มสะอาดและมีคุณภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ จุดลวกซอ-ส้อมมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.45) การตกแต่งอาหารสวยงามน่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.43) จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะมีมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.39) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.25) เมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัวและไม่สามารถหาทานที่อื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.11) และความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.03)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่า 23 ปี (n=181)		23 ปีขึ้นไป (n=119)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	แปลผล	ค่าเฉลี่ย
ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	4.30	มาก	4.27	มาก	4.29	มาก
มีอาหารหลากหลายระดับราคา	4.13	มาก	4.09	มาก	4.11	มาก
สามารถต่อรองราคาได้	3.22	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง
มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน	3.71	มาก	3.63	มาก	3.68	มาก
ความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนราคาขึ้น-ลงบ่อย	3.67	มาก	3.61	มาก	3.65	มาก
ราคาต่อหน่วย (ชิ้น/จาน/ซาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่าราคาตลาด	4.24	มาก	4.28	มาก	4.25	มาก
ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด	3.92	มาก	3.96	มาก	3.94	มาก
เครื่องดื่มมีหลายราคาตามภาชนะบรรจุ	3.67	มาก	3.36	ปานกลาง	3.55	มาก
ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ	3.82	มาก	3.78	มาก	3.81	มาก
มีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่งเพิ่มเติมได้	3.27	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.79</b>	<b>มาก</b>	<b>3.72</b>	<b>มาก</b>	<b>3.76</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 33 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 23 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ ราคาต่อหน่วย (ชิ้น/จาน/ซาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีอาหารหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.13) ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.92) ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนราคาขึ้น-ลงบ่อย และเครื่องดื่มมีหลายราคาตามภาชนะบรรจุ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

คือ มีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่งเพิ่มเติมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.27) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 23 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ราคาต่อหน่วย (ชิ้น/จาน/ซาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีอาหารหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.09) ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.63) ความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนราคาขึ้น-ลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ เครื่องดื่มมีหลายราคาตามภาชนะบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.36) มีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่งเพิ่มเติมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.35) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 2.82)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	ต่ำกว่า 23 ปี (n=181)		23 ปีขึ้นไป (n=119)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	แปลผล	ค่าเฉลี่ย
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.18	มาก	4.23	มาก	4.20	มาก
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.13	มาก	3.95	มาก	4.06	มาก
จุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด	3.59	มาก	3.16	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง
มีห้องทานอาหารสำหรับ อาจารย์และเจ้าหน้าที่	3.50	มาก	3.66	มาก	3.56	มาก
ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน	3.95	มาก	3.68	มาก	3.84	มาก
ตั้งอยู่ใกล้กับที่พัก	3.85	มาก	3.76	มาก	3.81	มาก
ที่ตั้งหาง่าย มองเห็นได้ง่าย	3.94	มาก	3.77	มาก	3.88	มาก
จัดที่นั่งไว้เพียงพอ	4.07	มาก	4.12	มาก	4.09	มาก
ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ	3.41	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง
ระยะเวลาเปิดบริการก่อน 8.00 น.	3.66	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	3.59	มาก
ระยะเวลาเปิดบริการหลัง 18.00 น. (เปิดขายอาหารเย็น)	3.66	มาก	3.28		3.51	มาก
อยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก	3.41	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.78</b>	<b>มาก</b>	<b>3.65</b>	<b>มาก</b>	<b>3.73</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 23 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.13) จัดที่นั่งไว้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.95) ที่ตั้งหาง่าย มองเห็นได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตั้งอยู่ใกล้กับที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ระยะเวลาเปิดบริการก่อน 8.00 น. และระยะเวลาเปิดบริการหลัง 18.00 น. (เปิดขายอาหารเย็น) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.66) จุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด (ค่าเฉลี่ย 3.59) มีห้องทานอาหารสำหรับ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ระยะเวลา ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ

ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ และอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 23 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ จัดที่นั่งไว้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ที่ตั้งหาง่าย มองเห็นได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตั้งอยู่ใกล้กับที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีห้องทานอาหารสำหรับ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางเรียงลำดับคือ ระยะเวลาเปิดบริการก่อน 8.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.48) อยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.38) ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.33) ระยะเวลาเปิดบริการหลัง 18.00 น. (เปิดขายอาหารเย็น) (ค่าเฉลี่ย 3.28) และจุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด (ค่าเฉลี่ย 3.16)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 23 ปี (n=181)		23 ปีขึ้นไป (n=119)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	แปลผล	ค่าเฉลี่ย
การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ	3.72	มาก	3.23	ปานกลาง	3.53	มาก
การตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ	3.61	มาก	3.15	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	3.25	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง
การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร	3.60	มาก	2.98	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง
มีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร	3.65	มาก	3.26	ปานกลาง	3.50	มาก
มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร	3.22	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง
การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า	2.97	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง
การให้บริการน้ำดื่มฟรี	3.18	ปานกลาง	2.85	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง
มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี	2.85	ปานกลาง	2.45	น้อย	2.69	ปานกลาง
การมีส่วนลดให้แก่สมาชิก	2.79	ปานกลาง	2.52	ปานกลาง	2.68	ปานกลาง
มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	2.85	ปานกลาง	2.51	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง
การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ	2.73	ปานกลาง	2.38	น้อย	2.59	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.20</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>2.81</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.05</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 23 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมาคือ มีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.65) การตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางเรียงลำดับคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.25) มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.22) การให้บริการน้ำดื่มฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.18) การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า

(ค่าเฉลี่ย 2.97) มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี และมีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ  
เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.85) การมีส่วนลดให้แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.79) การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ  
(ค่าเฉลี่ย 2.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 23 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง  
(ค่าเฉลี่ย 2.81) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางเรียงลำดับคือ มีภาพแสดง  
ตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.26) รองลงมาคือ การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.23) การ  
ตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.15) การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร  
(ค่าเฉลี่ย 2.98) มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 2.86) การให้บริการน้ำดื่มฟรี (ค่าเฉลี่ย 2.85)  
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 2.84) การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.69)  
การมีส่วนลดให้แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.52) มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.51)  
ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยเรียงลำดับคือ มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี  
(ค่าเฉลี่ย 2.45) และการให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.38)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ต่ำกว่า 23 ปี (n=181)		23 ปีขึ้นไป (n=119)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	แปลผล	ค่าเฉลี่ย
การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ขาย	4.28	มาก	3.69	มาก	4.04	มาก
ความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ขาย	4.19	มาก	3.55	มาก	3.93	มาก
การตอบสนองและความเต็มใจของผู้ขายในการบริการ	4.08	มาก	3.55	มาก	3.87	มาก
ความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการของผู้ขาย	4.01	มาก	3.55	มาก	3.83	มาก
ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ขาย	3.96	มาก	3.58	มาก	3.81	มาก
ความเหมาะสมของการแต่งกายของผู้ขาย	3.68	มาก	3.20	ปานกลาง	3.49	ปานกลาง
จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ	3.71	มาก	3.29	ปานกลาง	3.54	มาก
ความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ขาย	3.71	มาก	3.27	ปานกลาง	3.54	มาก
ความซื่อสัตย์ของผู้ขายต่อผู้ใช้บริการ	3.75	มาก	3.38	ปานกลาง	3.60	มาก
ผู้ขายสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในการบริการได้	3.57	มาก	3.22	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.89</b>	<b>มาก</b>	<b>3.43</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.71</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 23 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยใน

ระดับมากเรียงลำดับคือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ชาย (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ชาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) การตอบสนองและความเต็มใจของผู้ชายในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการของผู้ชาย (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ชาย (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความซื่อสัตย์ของผู้ชายต่อผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ และความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ชาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความเหมาะสมของการแต่งกายของผู้ชาย (ค่าเฉลี่ย 3.68) และผู้ชายสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในการบริการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 23 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ชาย (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมาคือ ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ชาย (ค่าเฉลี่ย 3.58) ความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ชาย การตอบสนองและความเต็มใจของผู้ชายในการบริการ และความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการของผู้ชาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.55) ความซื่อสัตย์ของผู้ชายต่อผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.38) จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.29) ความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ชาย (ค่าเฉลี่ย 3.27) ผู้ชายสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในการบริการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.22) ความเหมาะสมของการแต่งกายของผู้ชาย (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่า 23 ปี (n=181)		23 ปีขึ้นไป (n=119)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	แปลผล	ค่าเฉลี่ย
การทักทายและต้อนรับของผู้ชาย	4.23	มาก	3.76	มาก	4.04	มาก
ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่สั่ง	4.19	มาก	3.90	มาก	4.07	มาก
การแสดงวิธีปรุงอาหารโดยผู้ชาย	3.72	มาก	3.22	ปานกลาง	3.52	มาก
การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ	3.90	มาก	3.46	ปานกลาง	3.72	มาก
ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.91	มาก	3.48	ปานกลาง	3.74	มาก
ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม	3.86	มาก	3.42	ปานกลาง	3.69	มาก
ระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหารหรือ เครื่องดื่ม	3.86	มาก	3.58	มาก	3.75	มาก
ระยะเวลาเช็ดบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว	3.59	มาก	3.50	มาก	3.55	มาก
ใช้บัตรหรือคู่มือในการชำระเงิน แทนเงินสด	3.20	ปานกลาง	2.97	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง
ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน	3.22	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง
มีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ	3.12	ปานกลาง	2.56	ปานกลาง	2.90	ปานกลาง
มีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องดื่มหลังจากรับประทานเสร็จเรียบร้อย	3.27	ปานกลาง	2.64	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.67</b>	<b>มาก</b>	<b>3.28</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.52</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 23 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมี

ค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การตกทายและต้อนรับของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่สั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.19) ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.91) การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม และระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหารหรือ เครื่องดื่ม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) การแสดงวิธีปรุงอาหารโดยผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ระยะเวลาเช็คบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องดื่มหลังจากรับประทานเสร็จเรียบร้อยแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.27) ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.22) ใช้บัตรหรือคู่มือในการชำระเงิน แทน เงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.22) และมีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 23 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่สั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือ การตกทายและต้อนรับของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหารหรือ เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.58) ระยะเวลาเช็คบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.48) การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.42) การแสดงวิธีปรุงอาหารโดยผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.22) ใช้บัตรหรือคู่มือในการชำระเงิน แทน เงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.97) ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.92) มีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องดื่มหลังจากรับประทานเสร็จเรียบร้อยแล้ว (ค่าเฉลี่ย 2.64) และมีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ (ค่าเฉลี่ย 2.56)

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า 23 ปี (n=181)		23 ปีขึ้นไป (n=119)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	แปลผล	ค่าเฉลี่ย
ความสะอาดของพื้น โຕ้ะ เก้าอี้	3.97	มาก	3.70	มาก	3.86	มาก
มีโຕ้ะและเก้าอี้มีจำนวนเพียงพอ	3.90	มาก	3.63	มาก	3.79	มาก
โຕ้ะและเก้าอี้ที่นั่งสบายและปลอดภัย	3.91	มาก	3.66	มาก	3.81	มาก
ความสะอาดและสวยงาม ของพื้นและ รอบบริเวณของโรงอาหารฯ	3.92	มาก	3.45	ปานกลาง	3.74	มาก
การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม	3.73	มาก	3.31	ปานกลาง	3.56	มาก
มีสัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มี ชื่อเสียง	3.64	มาก	3.19	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง
มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาดได้ มาตรฐานความปลอดภัย	3.67	มาก	3.23	ปานกลาง	3.50	มาก
ร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็น เอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ง่าย	3.55	มาก	3.18	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง
มีโทรทัศน์ เปิด ให้ ชม ฆ ณะ ณะ ึ่ง รับประทาน	3.33	ปาน กลาง	2.96	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง
มีเสียงเพลงเปิดให้ฟังขณะรับประทาน	3.05	ปาน กลาง	2.82	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง
จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะ สะอาดและเรียบร้อย	3.24	ปาน กลาง	3.09	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.76</b>	<b>มาก</b>	<b>3.39</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.62</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 23 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสะอาดของพื้น โຕ้ะ เก้าอี้ (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมาคือ ความสะอาดและสวยงามของพื้นและรอบบริเวณของโรงอาหารฯ (ค่าเฉลี่ย 3.92) โຕ้ะและเก้าอี้ที่นั่งสบายและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีโຕ้ะและเก้าอี้มีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาดได้มาตรฐานความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.67) สัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มีชื่อเสียงสัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มีชื่อเสียง(ค่าเฉลี่ย 3.64) ร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็นเอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่งรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.33) จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะสะอาดและเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.24) และมีเสียงเพลงเปิดให้ฟังขณะรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 23 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสะอาดของพื้น โต๊ะ เก้าอี้ (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมาคือ โต๊ะและเก้าอี้นั่งสบายและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีโต๊ะและเก้าอี้มีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ความสะอาดและสวยงาม ของพื้นและรอบบริเวณของร้านอาหารฯ (ค่าเฉลี่ย 3.45) การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.31) มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาดได้มาตรฐานความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.23) มีสัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.19) ร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็นเอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.18) จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะสะอาดและเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.09) มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่งรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 2.96) และมีเสียงเพลงเปิดให้ฟังขณะรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 2.82)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการ  
เลือกใช้บริการโรงอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษาสูงสุด

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย  
ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	รวม
	n=47	n=225	n=28	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดของอาหาร	4.47 (มาก)	4.42 (มาก)	4.29 (มาก)	4.41 (มาก)
ความสะอาดของเครื่องดื่ม	4.15 (มาก)	3.98 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)
รสชาติของอาหาร	4.30 (มาก)	4.36 (มาก)	4.29 (มาก)	4.34 (มาก)
รสชาติของเครื่องดื่ม	3.72 (มาก)	3.66 (มาก)	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)
ความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ	4.45 (มาก)	4.28 (มาก)	4.29 (มาก)	4.30 (มาก)
ความสะอาดและความครบถ้วนของ เครื่องปรุง	4.32 (มาก)	4.02 (มาก)	3.89 (มาก)	4.06 (มาก)
ไม่ใช้ผงชูรสในการปรุงอาหาร	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)	3.96 (มาก)	4.21 (มาก)
เมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัว และไม่สามารถหาทานที่อื่นได้	3.40 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ความหลากหลายของอาหารและ ประเภทอาหาร	4.02 (มาก)	4.09 (มาก)	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)
ความหลากหลายของเครื่องดื่มและ ประเภทเครื่องดื่ม	3.79 (มาก)	3.76 (มาก)	3.54 (มาก)	3.74 (มาก)

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการศึกษาสูงสุด (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	รวม
	n=47	n=225	n=28	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูอาหาร	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูเครื่องดื่ม	3.17 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
สามารถสั่งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่นำเสนอได้	3.51 (มาก)	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)	3.81 (มาก)
การตกแต่งอาหารสวยงามน่ารับประทาน	3.53 (มาก)	3.52 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
ภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ	3.77 (มาก)	3.68 (มาก)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)
ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มสะอาดและมีคุณภาพ	3.72 (มาก)	3.61 (มาก)	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)
ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก	3.49 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.54 (มาก)	3.51 (มาก)
มีจุดลวกซ้อน-ส้อมไว้บริการ	3.74 (มาก)	3.74 (มาก)	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)
จุดลวกซ้อน-ส้อมมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ	3.77 (มาก)	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)	3.70 (มาก)
ชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล	3.89 (มาก)	3.90 (มาก)	3.61 (มาก)	3.87 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>	<b>3.75 (มาก)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือ ความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.45) ความสะอาดและความครบถ้วนของเครื่องปรุง (ค่าเฉลี่ย 4.32) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.30) ไม่ใช้ผงชูรสในการปรุงอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความสะอาดของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความหลากหลายของอาหารและประเภทอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.02) ชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความหลากหลายของเครื่องดื่มและประเภทเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.79) จุดลวกซอ-ส้มมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ และภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.77) มีจุดลวกซอ-ส้มไว้บริการ และความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูอาหาร เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.74) รสชาติของเครื่องดื่ม และภาชนะบรรจุเครื่องดื่มสะอาดและมีคุณภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.72) การตกแต่งอาหารสวยงามน่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.53) สามารถตั้งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่นำเสนอได้ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.49) เมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัวและไม่สามารถหาทานที่อื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ไม่ใช้ผงชูรสในการปรุงอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความหลากหลายของอาหารและประเภทอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความสะอาดและความครบถ้วนของเครื่องปรุง (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความสะอาดของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.98) ชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 3.90) สามารถตั้งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่นำเสนอได้ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความหลากหลายของเครื่องดื่มและประเภทเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีจุดลวกซอ-ส้มไว้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) จุดลวกซอ-ส้มมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.68) รสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.65) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.61) จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะมีมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.59) การตกแต่งอาหารสวยงามน่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.52) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญ

มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ เมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัวและไม่สามารถหาทานที่อื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.28) และความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาโท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสะอาดของอาหาร รสชาติของอาหาร และความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ ความหลากหลายของอาหารและประเภทอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.07) ไม่ใช้ผงชูรสในการปรุงอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความสะอาดของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.93) ความสะอาดและความครบถ้วนของเครื่องปรุง (ค่าเฉลี่ย 3.89) สามารถสั่งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่นำเสนอได้ และมีจุดลวกซ้อน-ส้อมไว้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) ภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.68) รสชาติของเครื่องดื่ม และชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.61) จุดลวกซ้อน-ส้อมมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ และจุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะมีมากเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.57) ความหลากหลายของเครื่องดื่มและประเภทเครื่องดื่ม และภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ การตกแต่งอาหารสวยงามน่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.43) ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.32) ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.25) และเมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัวและไม่สามารถหาทานที่อื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	รวม
	n=47	n=225	n=28	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	4.32 (มาก)	4.28 (มาก)	4.29 (มาก)	4.29 (มาก)
มีอาหารหลากหลายระดับราคา	4.19 (มาก)	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)	4.11 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.43 (มาก)	3.03 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน	3.94 (มาก)	3.63 (มาก)	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)
ความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนราคาขึ้น-ลงบ่อย	3.66 (มาก)	3.63 (มาก)	3.75 (มาก)	3.65 (มาก)
ราคาต่อหน่วย (ชิ้น/จาน/ชาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่าราคาตลาด	4.30 (มาก)	4.25 (มาก)	4.18 (มาก)	4.25 (มาก)
ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด	4.02 (มาก)	3.92 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)
เครื่องดื่มมีหลายราคาตามภาชนะบรรจุ	3.68 (มาก)	3.55 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ	3.91 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)	3.81 (มาก)
มีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่งเพิ่มเติมได้	3.47 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>3.75 (มาก)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับเรียงลำดับคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ ราคาต่อหน่วย (ขึ้น/จาน/ซาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีอาหารหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.19) ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.94) ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.91) เครื่องดื่มมีหลายราคาตามภาชนะบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนราคาขึ้น-ลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีมีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่งเพิ่มเติมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.47) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ราคาต่อหน่วย (ขึ้น/จาน/ซาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีอาหารหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.11) ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.92) ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน และความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนราคาขึ้น-ลงบ่อย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.63) เครื่องดื่มมีหลายราคาตามภาชนะบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่งเพิ่มเติมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.28) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาโท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ ราคาต่อหน่วย (ขึ้น/จาน/ซาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีอาหารหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.04) ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.89) ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนราคาขึ้น-ลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ เครื่องดื่มมีหลายราคาตามภาชนะบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.29) มีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่งเพิ่มเติมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 2.75)



ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามการศึกษาระดับสูงสุด

ปัจจัยด้านสถานที่	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	รวม
	n=47	n=225	n=28	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.34 (มาก)	4.18 (มาก)	4.11 (มาก)	4.20 (มาก)
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)	3.93 (มาก)	4.06 (มาก)
จุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด	3.66 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
มีห้องทานอาหารสำหรับ อาจารย์และเจ้าหน้าที่	3.55 (มาก)	3.53 (มาก)	3.79 (มาก)	3.56 (มาก)
ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)	3.84 (มาก)
ตั้งอยู่ใกล้กับที่พัก	3.77 (มาก)	3.84 (มาก)	3.68 (มาก)	3.81 (มาก)
ที่ตั้งห่างไกล มองเห็นได้ง่าย	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)
จัดที่นั่งไว้เพียงพอ	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)
ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลา ราชการ	3.47 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
ระยะเวลาเปิดบริการก่อน 8.00 น.	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
ระยะเวลาเปิดบริการหลัง 18.00 น. (เปิด ขายอาหารเย็น)	3.55 (มาก)	3.53 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
อยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก	3.64 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.80 (มาก)</b>	<b>3.72 (มาก)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.73 (มาก)</b>

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ที่จัดที่นั่งไว้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.96) ที่ตั้งหาง่าย มองเห็นได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตั้งอยู่ใกล้กับที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.77) จุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด (ค่าเฉลี่ย 3.66) ระยะเวลาเปิดบริการก่อน 8.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีห้องทานอาหารสำหรับ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ และระยะเวลาเปิดบริการหลัง 18.00 น. (เปิดขายอาหารเย็น) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ จัดที่นั่งไว้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ที่ตั้งหาง่าย มองเห็นได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตั้งอยู่ใกล้กับที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.83) ระยะเวลาเปิดบริการก่อน 8.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีห้องทานอาหารสำหรับ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ และระยะเวลาเปิดบริการหลัง 18.00 น. (เปิดขายอาหารเย็น) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ จุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด (ค่าเฉลี่ย 3.38) ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ และอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาโท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ จัดที่นั่งไว้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.11) ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ที่ตั้งหาง่าย มองเห็นได้ง่าย และมีห้องทานอาหารสำหรับ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน (ค่าเฉลี่ย ) (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตั้งอยู่ใกล้กับที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ อยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก และระยะเวลาเปิดบริการก่อน 8.00 น. เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.39) จุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด (ค่าเฉลี่ย 3.36) และระยะเวลาเปิดบริการหลัง 18.00 น. (เปิดขายอาหารเย็น) (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	รวม
	n=47	n=225	n=28	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
การตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ	3.72 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.17 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร	3.43 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร	3.53 (มาก)	3.52 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร	3.23 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า	2.77 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
การให้บริการน้ำดื่มฟรี	3.09 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี	2.68 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
การมีส่วนลดให้แก่สมาชิก	2.64 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)
มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	2.55 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ	2.60 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.09 (ปานกลาง)</b>	<b>3.05 (ปานกลาง)</b>	<b>2.90 (ปานกลาง)</b>	<b>3.05 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมาคือ การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.43) มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.23) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.17) การให้บริการน้ำดื่มฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.09) การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.77) มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 2.68) การมีส่วนลดให้แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.64) การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.60) และมีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ มีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร และการทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ การตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.39) การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.36) มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.07) การให้บริการน้ำดื่มฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.04) การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.91) มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.77) การมีส่วนลดให้แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.72) มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 2.70) และการให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาโท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.39) การตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.25) มีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.21) การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.14) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.11) การให้บริการน้ำดื่มฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.04) มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 2.86) การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.61) มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี และการให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.57) มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.54) และการมีส่วนลดให้แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านบุคลากร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	รวม
	n=47	n=225	n=28	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ชาย	4.28 (มาก)	4.03 (มาก)	3.79 (มาก)	4.04 (มาก)
ความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ใน การให้บริการของผู้ชาย	4.23 (มาก)	3.91 (มาก)	3.61 (มาก)	3.93 (มาก)
การตอบสนองและความเต็มใจของ ผู้ชายในการบริการ	4.13 (มาก)	3.84 (มาก)	3.68 (มาก)	3.87 (มาก)
ความถูกต้องและรวดเร็วในการ บริการของผู้ชาย	4.11 (มาก)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.83 (มาก)
ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ชาย	3.96 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)	3.81 (มาก)
ความเหมาะสมของการแต่งกายของ ผู้ชาย	3.77	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับ การให้บริการ	3.66 (มาก)	3.51 (มาก)	3.57 (มาก)	3.54 (มาก)
ความเสมอภาคในการให้บริการของ ผู้ชาย	3.79 (มาก)	3.51 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ความซื่อสัตย์ของผู้ชายต่อผู้ใช้บริการ	3.81 (มาก)	3.58 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ผู้ชายสามารถตอบข้อซักถามและให้ ข้อมูลในการบริการได้	3.70 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.57 (มาก)</b>	<b>3.71 (มาก)</b>

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.23) การตอบสนองและความเต็มใจของผู้ขายในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความซื่อสัตย์ของผู้ขายต่อผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ความเหมาะสมของการแต่งกายของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.77) ผู้ขายสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในการบริการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และจำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ ความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) การตอบสนองและความเต็มใจของผู้ขายในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการของผู้ขาย และ ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ขาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.79) ความซื่อสัตย์ของผู้ขายต่อผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ และความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ขาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ความเหมาะสมของการแต่งกายของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.43) และผู้ขายสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในการบริการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาโท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) ความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.71) การตอบสนองและความเต็มใจของผู้ขายในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.61) จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ความเหมาะสมของการแต่งกายของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ความซื่อสัตย์ของผู้ขายต่อผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย

3.43) ความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.36) และผู้ขายสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในการบริการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	รวม
	n=47	n=225	n=28	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การทักทายและต้อนรับของผู้ขาย	4.21 (มาก)	4.02 (มาก)	3.96 (มาก)	4.04 (มาก)
ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่สั่ง	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)
การแสดงวิธีปรุงอาหารโดยผู้ขาย	3.68 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.52 (มาก)
การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูก สุกถึงขณะ	3.74 (มาก)	3.72 (มาก)	3.68 (มาก)	3.72 (มาก)
ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.79 (มาก)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	3.74 (มาก)
ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)
ระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหารหรือ เครื่องดื่ม	3.64 (มาก)	3.78 (มาก)	3.68 (มาก)	3.75 (มาก)
ระยะเวลาเช็คบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้อง รวดเร็ว	3.49 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.79 (มาก)	3.55 (มาก)
ใช้บัตรหรือคู่มือในการชำระเงิน แทน เงินสด	3.17 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับ สินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน	3.06 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
มีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ	3.19 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.39 (น้อย)	2.90 (ปานกลาง)

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามการศึกษาสูงสุด (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	รวม
	n=47	n=225	n=28	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องดื่ม หลังจากรับประทานเสร็จเรียบร้อยแล้ว	3.17 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.39 (น้อย)	3.02 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.58 (มาก)</b>	<b>3.52 (มาก)</b>	<b>3.36 (ปานกลาง)</b>	<b>3.52 (มาก)</b>

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การทักทายและต้อนรับของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือ ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่สั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.06) ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.79) การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.72) การแสดงวิธีปรุงอาหารโดยผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.68) ระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหารหรือ เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ระยะเวลาเช็คบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ (ค่าเฉลี่ย 3.17) ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.19) ใช้บัตรหรือคู่มือในการชำระเงิน แทน เงินสด และมีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องดื่มหลังจากรับประทานเสร็จเรียบร้อยแล้ว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.17) และร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่สั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือ การทักทายและต้อนรับของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.02) ระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหารหรือ เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.78) ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.73) การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ และการประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.72) ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่ง



อาหารหรือเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.71) ระยะเวลาเช็คบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ การแสดงวิธีปรุงอาหารโดยผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.48) ใช้บัตรหรือคู่มือในการชำระเงิน แทน เงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.16) ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.11) มีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องดื่มหลังจากรับประทานเสร็จเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.06) และมีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ (ค่าเฉลี่ย 2.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาโท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือ การทักทายและต้อนรับของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.96) ระยะเวลาเช็คบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.79) ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหารหรือเครื่องดื่ม การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ และการประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.68) การแสดงวิธีปรุงอาหารโดยผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.43) ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.07) ใช้บัตรหรือคู่มือในการชำระเงิน แทน เงินสด (ค่าเฉลี่ย ) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย คือ มีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องดื่มหลังจากรับประทานเสร็จเรียบร้อย และมีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.39)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามการศึกษาระดับสูงสุด

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	รวม
	n=47	n=225	n=28	n=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดของพื้น โถง ก่ออิ	4.02 (มาก)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)
มีโถงและก่ออิมีจำนวนเพียงพอ	3.94 (มาก)	3.77 (มาก)	3.71 (มาก)	3.79 (มาก)
โถงและก่ออิที่นั่งสบายและปลอดภัย	3.98 (มาก)	3.77 (มาก)	3.86 (มาก)	3.81 (มาก)
ความสะอาดและสวยงาม ของพื้นและรอบ บริเวณของโรงอาหารฯ	3.96 (มาก)	3.68 (มาก)	3.82 (มาก)	3.74 (มาก)
การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม	3.62 (มาก)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)
มีสัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มีชื่อเสียง	3.64 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาดได้ มาตรฐานความปลอดภัย	3.77 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็นเอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ง่าย	3.66 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่งรับประทาน	3.36 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
มีเสียงเพลงเปิดให้ฟังขณะรับประทาน	2.81 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
จุด特色美食และที่วางภาชนะสะอาดและ เรียบร้อย	3.30 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
จุด特色美食และที่วางภาชนะมีมาก เพียงพอ	3.59 (มาก)	3.57 (มาก)	3.77 (มาก)	3.62 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.46 (ปานกลาง)</b>	<b>3.49 (ปานกลาง)</b>	<b>3.49 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ความสะอาดของพื้น โຕ้ะ เก้าอี้ (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาคือ โຕ้ะและเก้าอี้นั่งสบายและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความสะอาดและสวยงาม ของพื้นและรอบบริเวณของโรงอาหารฯ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีโຕ้ะและเก้าอี้มีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาดได้มาตรฐานความปลอดภัย ร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็นเอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีสัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.64) การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.62) และจุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะมีมากเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่งรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.36) จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะสะอาดและเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ความสะอาดของพื้น โຕ้ะ เก้าอี้ (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ โຕ้ะและเก้าอี้นั่งสบายและปลอดภัย และมีโຕ้ะและเก้าอี้มีจำนวนเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความสะอาดและสวยงาม ของพื้นและรอบบริเวณของโรงอาหารฯ (ค่าเฉลี่ย 3.68) การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาดได้มาตรฐานความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีสัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.43) ร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็นเอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.36) มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่งรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.15) จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะสะอาดและเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.14) และมีเสียงเพลงเปิดให้ฟังขณะรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 2.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาโท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ โຕ้ะและเก้าอี้นั่งสบายและปลอดภัย และความสะอาดของพื้น โຕ้ะ เก้าอี้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาคือ ความสะอาดและสวยงามของพื้นและรอบบริเวณของโรงอาหารฯ (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีโຕ้ะและเก้าอี้มีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.71) การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาดได้มาตรฐานความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.43) มีสัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.39) จุดพิเศษอาหารและที่

วางภาชนะสะอาดและเรียบร้อย และร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็นเอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ง่าย  
เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.32) มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่งรับประทานอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.11) และมีเสียงเพลงเปิด  
ให้ฟังขณะรับประทานอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.07)

### 3.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการ เลือกใช้บริการร้านอาหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย  
ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	นักเรียน/นักศึกษา (n=178)		อาชีพอื่นๆ (n=122)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ความสะอาดของอาหาร	4.48	มาก	4.31	มาก	4.41	มาก
ความสะอาดของเครื่องคั้ม	4.11	มาก	3.84	มาก	4.00	มาก
รสชาติของอาหาร	4.35	มาก	4.32	มาก	4.34	มาก
รสชาติของเครื่องคั้ม	3.79	มาก	3.48	ปานกลาง	3.67	มาก
ความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ	4.38	มาก	4.19	มาก	4.30	มาก
ความสะอาดและความครบถ้วนของ เครื่องปรุง	4.21	มาก	3.83	มาก	4.06	มาก
ไม่ใช้ผงชูรสในการปรุงอาหาร	4.30	มาก	4.09	มาก	4.21	มาก
เมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัว และไม่สามารถหาทานที่อื่นได้	3.45	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง
ความหลากหลายของอาหารและ ประเภทอาหาร	4.17	มาก	3.94	มาก	4.08	มาก
ความหลากหลายของเครื่องคั้มและ ประเภทเครื่องคั้ม	3.88	มาก	3.55	มาก	3.74	มาก
ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของ เมนูอาหาร	3.81	มาก	3.37	ปานกลาง	3.63	มาก
ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของ เมนูเครื่องคั้ม	3.39	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง
สามารถสั่งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่ นำเสนอได้	3.93	มาก	3.64	มาก	3.81	มาก

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	นักเรียน/นักศึกษา (n=178)		อาชีพอื่นๆ (n=122)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การตกแต่งอาหารสวยงามน่ารับประทาน	3.59	มาก	3.41	ปานกลาง	3.52	มาก
ภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ	3.77	มาก	3.61	มาก	3.71	มาก
ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มสะอาดและมีคุณภาพ	3.70	มาก	3.55	มาก	3.64	มาก
ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก	3.66	มาก	3.30	ปานกลาง	3.51	มาก
มีจุดลวกซ้อน-ส้อมไว้บริการ	3.84	มาก	3.62	มาก	3.75	มาก
จุดลวกซ้อน-ส้อมมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ	3.87	มาก	3.47	ปานกลาง	3.70	มาก
ชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล	4.00	มาก	3.69	มาก	3.87	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.93</b>	<b>มาก</b>	<b>3.66</b>	<b>มาก</b>	<b>3.82</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ ความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.35) ไม่ใช่ผงชูรสในการปรุงอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความสะอาดและความครบถ้วนของเครื่องปรุง (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความหลากหลายของอาหารและประเภทอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความสะอาดของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.11) ชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถตั้งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่นำเสนอได้ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ความหลากหลายของเครื่องดื่มและประเภทเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.88) จุดลวกซ้อน-ส้อมมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีจุดลวกซ้อน-ส้อมไว้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.81) รสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.79) ภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มสะอาดและมีคุณภาพ

(ค่าเฉลี่ย 3.70) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.66) การตกแต่งอาหารสวยงามน่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ เมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัวและไม่สามารถหาทานที่อื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.45) และความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ ความสะอาดของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความสดใหม่และคุณภาพของวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ไม่ใช้ผงชูรสในการปรุงอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความหลากหลายของอาหารและประเภทอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความสะอาดของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.84) ความสะอาดและความครบถ้วนของเครื่องปรุง (ค่าเฉลี่ย 3.83) ชื่อเสียงของร้านอาหารในโรงพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 3.69) สามารถสั่งเมนูพิเศษที่แตกต่างจากที่นำเสนอได้ (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีจุดตรวจ-ซ่อมไวบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ภาชนะบรรจุอาหารสะอาดและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ความหลากหลายของเครื่องดื่มและประเภทเครื่องดื่ม และภาชนะบรรจุเครื่องดื่มสะอาดและมีคุณภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ รสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.48) จุดตรวจ-ซ่อมมีมากเพียงพอสำหรับให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.47) การตกแต่งอาหารสวยงามน่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.41) ความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.37) ภาชนะบรรจุเครื่องดื่มมีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.30) เมนูอาหารมีความโดดเด่นเฉพาะตัวและไม่สามารถหาทานที่อื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.07) และความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ของเมนูเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	นักเรียน/นักศึกษา (n=178)		อาชีพอื่นๆ (n=122)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	4.31	มาก	4.25	มาก	4.29	มาก
มีอาหารหลากหลายระดับราคา	4.13	มาก	4.09	มาก	4.11	มาก
สามารถต่อรองราคาได้	3.25	ปานกลาง	2.80	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง
มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน	3.71	มาก	3.63	มาก	3.68	มาก
ความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนแปลง ราคาขึ้น-ลงบ่อย	3.63	มาก	3.67	มาก	3.65	มาก
ราคาต่อหน่วย (ชิ้น/จาน/ซาม/ กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่า ราคาตลาด	4.21	มาก	4.32	มาก	4.25	มาก
ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด	3.90	มาก	3.99	มาก	3.94	มาก
เครื่องดื่มมีหลายราคาตาม ภาชนะบรรจุ	3.67	มาก	3.37	ปานกลาง	3.55	มาก
ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับ คุณภาพและปริมาณที่ได้รับ	3.80	มาก	3.82	มาก	3.81	มาก
มีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่ง เพิ่มเติมได้	3.29	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.79</b>	<b>มาก</b>	<b>3.73</b>	<b>มาก</b>	<b>3.76</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ ราคาต่อหน่วย (ชิ้น/จาน/ซาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีอาหาร

หลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.13) ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.90) ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.71) เครื่องดื่มมีหลายราคาตามภาชนะบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนราคาขึ้น-ลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่งเพิ่มเติมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.29) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ราคาต่อหน่วย (ขึ้น/จาน/ชาม/กล่อง/ห่อ/ถุง) ของอาหารต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีอาหารหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.09) ราคาต่อหน่วย (แก้ว/ถุง/ขวด) ของเครื่องดื่มต่ำกว่าราคาตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.99) ราคาของเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความคงที่ของราคา ไม่เปลี่ยนราคาขึ้น-ลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีเมนูแจ้งราคาอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ เครื่องดื่มมีหลายราคาตามภาชนะบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.37) มีราคาพิเศษสำหรับเมนูที่สั่งเพิ่มเติมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.32) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 2.80)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่	นักเรียน/นักศึกษา (n=178)		อาชีพอื่นๆ (n=122)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.15	มาก	4.27	มาก	4.20	มาก
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.16	มาก	3.91	มาก	4.06	มาก
จุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด	3.61	มาก	3.15	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง
มีห้องทานอาหารสำหรับ อาจารย์และเจ้าหน้าที่	3.50	มาก	3.65	มาก	3.56	มาก
ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน	3.99	มาก	3.63	มาก	3.84	มาก
ตั้งอยู่ใกล้กับที่พักร	3.90	มาก	3.68	มาก	3.81	มาก
ที่ตั้งหาง่าย มองเห็นได้ง่าย	3.97	มาก	3.75	มาก	3.88	มาก
จัดที่นั่งไว้เพียงพอ	4.08	มาก	4.10	มาก	4.09	มาก
ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ	3.41	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง
ระยะเวลาเปิดบริการก่อน 8.00 น.	3.69	มาก	3.44	ปานกลาง	3.59	มาก
ระยะเวลาเปิดบริการหลัง 18.00 น. (เปิดขายอาหารเย็น)	3.69	มาก	3.25	ปานกลาง	3.51	
อยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก	3.43	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.80</b>	<b>มาก</b>	<b>3.63</b>	<b>มาก</b>	<b>3.73</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.15) จัดที่นั่งไว้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.99) ที่ตั้งหาง่าย มองเห็นได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตั้งอยู่ใกล้กับที่พักร (ค่าเฉลี่ย 3.90) ระยะเวลาเปิดบริการก่อน 8.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.69) ระยะเวลาเปิดบริการหลัง 18.00 น. (เปิดขายอาหารเย็น) (ค่าเฉลี่ย 3.69) จุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีห้องทานอาหารสำหรับอาจารย์และเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ อยู่ใน

พื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.43) และระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ จัดที่นั่งไว้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ที่ตั้งหาง่ายมองเห็นได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตั้งอยู่ใกล้กับที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีห้องทานอาหารสำหรับ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตั้งอยู่ใกล้กับอาคารเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ระยะเวลาเปิดบริการก่อน 8.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.44) อยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.36) ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการตามช่วงเวลาราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.34) ระยะเวลาเปิดบริการหลัง 18.00 น. (เปิดขายอาหารเย็น) (ค่าเฉลี่ย 3.25) และจุดจอดรถมีหลังคาสำหรับบังแดด (ค่าเฉลี่ย 3.15)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	นักเรียน/นักศึกษา (n=178)		อาชีพอื่นๆ (n=122)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ	3.74	มาก	3.22	ปานกลาง	3.53	มาก
การตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ	3.62	มาก	3.15	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.30	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง
การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร	3.60	มาก	2.99	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง
มีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร	3.67	มาก	3.24	ปานกลาง	3.50	มาก
มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร	3.26	ปานกลาง	2.80	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง
การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า	3.07	ปานกลาง	2.55	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง
การให้บริการน้ำดื่มฟรี	3.20	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง
มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี	2.91	ปานกลาง	2.36	น้อย	2.69	ปานกลาง
การมีส่วนลดให้แก่สมาชิก	2.88	ปานกลาง	2.40	น้อย	2.68	ปานกลาง
มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	2.90	ปานกลาง	2.43	น้อย	2.71	ปานกลาง
การให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ	2.78	ปานกลาง	2.31	น้อย	2.59	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.24</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>2.75</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.05</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมาคือ มีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.67) การตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.30) มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.26) การให้บริการน้ำดื่มฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.20) การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.07) มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 2.91) มีโปรแกรมส่งเสริม

การขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.90) การมีส่วนร่วมดีให้แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.88) และการให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางเรียงลำดับคือ มีภาพแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.24) รองลงมาคือ การทำป้ายเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.22) การตกแต่งสถานที่และหน้าร้านเพื่อชักชวนให้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.15) การมีผู้ขายแนะนำเมนูอาหาร (ค่าเฉลี่ย 2.99) การให้บริการน้ำดื่มฟรี (ค่าเฉลี่ย 2.82) มีโมเดลแสดงตัวอย่างอาหาร (ค่าเฉลี่ย 2.80) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 2.78) การจัดทำบัตรสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.55) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.43) การมีส่วนร่วมดีให้แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.40) มีอาหารและเครื่องดื่มให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 2.36) และการให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.31)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	นักเรียน/นักศึกษา (n=178)		อาชีพอื่นๆ (n=122)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ขาย	4.28	มาก	3.70	มาก	4.04	มาก
ความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ขาย	4.19	มาก	3.56	มาก	3.93	มาก
การตอบสนองและความเต็มใจของผู้ขายในการบริการ	4.09	มาก	3.55	มาก	3.87	มาก
ความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการของผู้ขาย	4.00	มาก	3.58	มาก	3.83	มาก
ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ขาย	3.97	มาก	3.57	มาก	3.81	มาก
ความเหมาะสมของการแต่งกายของผู้ขาย	3.67	มาก	3.23	ปานกลาง	3.49	ปานกลาง
จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ	3.74	มาก	3.25	ปานกลาง	3.54	มาก
ความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ขาย	3.73	มาก	3.25	ปานกลาง	3.54	มาก
ความซื่อสัตย์ของผู้ขายต่อผู้ใช้บริการ	3.76	มาก	3.37	ปานกลาง	3.60	มาก
ผู้ขายสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในการบริการได้	3.57	มาก	3.23	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.90</b>	<b>มาก</b>	<b>3.43</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.71</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) การตอบสนองและความเต็มใจของผู้ขายในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความซื่อสัตย์ของผู้ขายต่อผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.76) จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความเหมาะสมของการแต่งกายของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.67) และผู้ขายสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในการบริการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.43) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มเป็นกันเองของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมาคือ ความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.58) ความสะอาดและสุขอนามัยของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.57) ความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.56) การตอบสนองและความเต็มใจของผู้ขายในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางเรียงลำดับคือ ความซื่อสัตย์ของผู้ขายต่อผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.37) จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ และความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ขาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.25) ความเหมาะสมของการแต่งกายของผู้ขาย และขายสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในการบริการได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	นักเรียน/นักศึกษา (n=178)		อาชีพอื่นๆ (n=122)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การทักทายและต้อนรับของผู้ชาย	4.24	มาก	3.75	มาก	4.04	มาก
ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่ตั้ง	4.19	มาก	3.90	มาก	4.07	มาก
การแสดงวิธีปรุงอาหาร โดยผู้ชาย	3.76	มาก	3.17	ปานกลาง	3.52	มาก
การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ	3.88	มาก	3.49	ปานกลาง	3.72	มาก
ขั้นตอนการตั้งอาหารและเครื่องคัมนุ่ม	3.91	มาก	3.49	ปานกลาง	3.74	มาก
ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องคัมนุ่ม	3.87	มาก	3.42	ปานกลาง	3.69	มาก
ระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหารหรือเครื่องคัมนุ่ม	3.87	มาก	3.57	มาก	3.75	มาก
ระยะเวลาเช็คบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว	3.58	มาก	3.51	มาก	3.55	มาก
ใช้บัตรหรือคูโปงในการชำระเงิน แทนเงินสด	3.23	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง
ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน	3.24	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง
มีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องคัมนุ่มให้ที่โต๊ะ	3.16	ปานกลาง	2.52	ปานกลาง	2.90	ปานกลาง
มีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องคัมนุ่มหลังจากรับประทานเสร็จเรียบร้อย	3.30	ปานกลาง	2.60	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.69</b>	<b>มาก</b>	<b>3.27</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.52</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การทักทายและต้อนรับของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่สั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.19) ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.91) การประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม และระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหารหรือเครื่องดื่ม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.87) การแสดงวิธีปรุงอาหารโดยผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ระยะเวลาเช็คบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องดื่มหลังจากรับประทานเสร็จเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.30) ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.24) ใช้บัตรหรือคู่มือในการชำระเงิน แทน เงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.23) และมีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ได้รับอาหารถูกต้องตามเมนูที่สั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือ การทักทายและต้อนรับของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) ระยะเวลาที่ต้องรอในการรอรับอาหารหรือเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.57) ระยะเวลาเช็คบิลอาหารและทอนเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการประกอบอาหารและปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.49) ระยะเวลาที่ต้องรอเพื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.42) การแสดงวิธีปรุงอาหารโดยผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.17) ใช้บัตรหรือคู่มือในการชำระเงิน แทน เงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.93) ร้านค้าจัดพื้นที่สำหรับต่อคิวสั่งเมนูหรือรอรับสินค้าที่แยกจากกันอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.89) มีพนักงานเก็บภาชนะอาหารและเครื่องดื่มหลังจากรับประทานเสร็จเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.60) และมีพนักงานเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มให้ที่โต๊ะ (ค่าเฉลี่ย 2.52)



ตารางที่ 52 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	นักเรียน/นักศึกษา (n=178)		อาชีพอื่นๆ (n=122)		รวม (n=300)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ความสะอาดของพื้น โຕ้ะ เก้าอี้	3.96	มาก	3.72	มาก	3.86	มาก
มีโຕ้ะและเก้าอี้มีจำนวนเพียงพอ	3.90	มาก	3.63	มาก	3.79	มาก
โຕ้ะและเก้าอี้นั่งสบายและปลอดภัย	3.90	มาก	3.68	มาก	3.81	มาก
ความสะอาดและสวยงาม ของพื้น และรอบบริเวณของโรงอาหารฯ	3.90	มาก	3.50	มาก	3.74	มาก
การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม	3.74	มาก	3.31	ปาน กลาง	3.56	มาก
มีสัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่ มีชื่อเสียง	3.63	มาก	3.20	ปาน กลาง	3.46	ปาน กลาง
มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาด ได้มาตรฐานความปลอดภัย	3.65	มาก	3.27	ปาน กลาง	3.50	มาก
ร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็น เอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ง่าย	3.53	มาก	3.20	ปาน กลาง	3.40	ปาน กลาง
มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่ง รับประทาน	3.34	ปาน กลาง	2.94	ปาน กลาง	3.18	ปาน กลาง
มีเสียงเพลงเปิดให้ฟังขณะ รับประทาน	3.12	ปาน กลาง	2.71	ปาน กลาง	2.96	ปาน กลาง
จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะ สะอาดและเรียบริ้ว	3.24	ปาน กลาง	3.10	ปาน กลาง	3.18	ปาน กลาง
จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะมี มากเพียงพอ	3.73	มาก	3.45	ปาน กลาง	3.62	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.64</b>	<b>มาก</b>	<b>3.31</b>	<b>ปาน กลาง</b>	<b>3.50</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสะอาดของพื้น โຕ้ะ เก้าอี้

(ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมาคือ มีโต๊ะและเก้าอี้มีจำนวนเพียงพอ โต๊ะและเก้าอี้นั่งสบายและปลอดภัย และความสะอาดและสวยงาม ของพื้นและรอบบริเวณของโรงอาหารฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.90) การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.74) จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะมีมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาดได้มาตรฐานความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีสัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.63) ร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็นเอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่งรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.34) จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะสะอาด และเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.24) และมีเสียงเพลงเปิดให้ฟังขณะรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสะอาดของพื้น โต๊ะ เก้าอี้ (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมาคือ โต๊ะและเก้าอี้นั่งสบายและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีโต๊ะและเก้าอี้มีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ความสะอาดและสวยงามของพื้นและรอบบริเวณของโรงอาหารฯ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะมีมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.45) การตกแต่งบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.31) มีสัญลักษณ์รับประกันความสะอาดได้มาตรฐานความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.27) มีสัญลักษณ์รับประกันความอร่อยที่มีชื่อเสียง และร้านค้ามีการตกแต่งหน้าร้านเป็นเอกลักษณ์ สามารถจดจำได้ง่าย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.20) จุดพิเศษอาหารและที่วางภาชนะสะอาดและเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.10) มีโทรทัศน์เปิดให้ชมขณะนั่งรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 2.94) และมีเสียงเพลงเปิดให้ฟังขณะรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 2.71)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ส่วนที่ 4 ปัญหา และ ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการบริการ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 12 คน แจ้งปัญหา และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

### ปัญหาที่พบ

- |  |       |   |    |
|--|-------|---|----|
| 1. จุกวางเทอาหารและภาชนะขาดความสะอาด                     | จำนวน | 1 | คน |
| 2. ช่วงเวลา 12.00-13.00 คนเยอะมาก ทำให้ที่นั่งไม่เพียงพอ | จำนวน | 1 | คน |
| 3. อาหารได้ช้ามาก ควรปรับปรุงให้เร็วขึ้น                 | จำนวน | 1 | คน |
| 4. ปริมาณอาหารน้อยเกินไป ไม่เหมาะสมกับราคา               | จำนวน | 1 | คน |
| 5. พนักงานขายขาดความกระตือรือร้น                         | จำนวน | 2 | คน |

### ข้อเสนอแนะ

- |  |       |   |    |
|--|-------|---|----|
| 1. ควรมีพื้นที่ให้นั่งทานข้าวเพิ่มขึ้น                         | จำนวน | 1 | คน |
| 2. ควรให้ความสำคัญกับความสด สะอาดในการปรุงอาหาร และควรลดผงชูรส | จำนวน | 2 | คน |
| 3. ควรทำความสะอาดของโต๊ะ เก้าอี้ พื้นสม่ำเสมอ                  | จำนวน | 1 | คน |
| 4. ควรปรับปรุงเรื่องความหลากหลายของเมนูอาหาร                   | จำนวน | 1 | คน |
| 5. ควรเพิ่มร้านก๋วยเตี๋ยวต้มยำ เส้นตาโฟ ข้าวหมูกรอบ และส้มตำ   | จำนวน | 1 | คน |