

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านบัตส์ไอศกรีมสาขาเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ได้แบ่งผลการศึกษา ออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ (ตารางที่ 1 - 6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ ได้แก่ รสไอศกรีมที่ชอบ ท็อปปิ้งแต่งหน้าไอศกรีมที่ชอบ ไอศกรีมชั้นเดียวที่ชอบ ไอศกรีมเค็มที่ชอบ ประเภทไอศกรีมที่ซื้อกลับบ้าน ความถี่ในการใช้บริการร้านไอศกรีมบัตส์ บริการที่ชอบ ช่วงระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการร้านบ่อยที่สุด การเข้ามาใช้บริการร้านไอศกรีมบัตส์ (ตารางที่ 7 – 15)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงานขาย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ของร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ (ตารางที่ 16 – 23)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการใช้บริการร้านบัตส์ไอศกรีม (ตารางที่ 24 – 31)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 32 – 55)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการร้านบัตส์ไอศกรีม จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 56 – 79)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	81	40.5
หญิง	119	59.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.5 เป็นเพศชาย ร้อยละ 40.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 15 ปี	29	14.5
16-20 ปี	52	26.0
21-30 ปี	85	42.5
31-40 ปี	11	5.5
41-50 ปี	11	5.5
50 ปีขึ้นไป	12	6.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 42.5 รองลงมา อายุ 16-20 ปี ร้อยละ 26.0 อายุไม่เกิน 15 ปี ร้อยละ 14.5 อายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 6.0 อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 5.5 เท่ากัน

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	155	77.5
สมรส	40	20.0
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	5	2.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 77.5 รองลงมา สมรส ร้อยละ 20.0 และ หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	2	1.0
มัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือเทียบเท่า	38	19.0
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า	36	18.0
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	10	5.0
ปริญญาตรี	96	48.0
สูงกว่าปริญญาตรี	18	9.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48.0 รองลงมา มัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือเทียบเท่า ร้อยละ 19.0 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า ร้อยละ 18.0 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 9.0 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 5.0 และระดับประถมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน	50	25.0
นักศึกษา	70	35.0
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	7.0
พนักงานบริษัทเอกชน	24	12.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	32	16.0
อื่นๆ	10	5.0
รวม	200	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ (1) ทนายความ (1) ว่างาน (1) ช่างเสริมสวย (1)  
 นักการเมือง (1) พนักงานมหาวิทยาลัย (5)

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ร้อยละ 35.0  
 รองลงมา คือ นักเรียน ร้อยละ 25.0 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 16.0 พนักงานบริษัทเอกชน  
 ร้อยละ 12.0 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 7.0 และอื่นๆ ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3,000 บาท	59	29.5
3,001-6,000 บาท	49	24.5
6,001-9,000 บาท	22	11.0
9,001-12,000 บาท	23	11.5
มากกว่า 12,000 บาท	47	23.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท ร้อยละ 29.5 รองลงมา รายได้ 3,001-6,000 บาท ร้อยละ 24.5 รายได้มากกว่า 12,000 บาท ร้อยละ 23.5 รายได้ 9,001-12,000 บาท ร้อยละ 11.5 และรายได้ 6,001-9,000 บาท ร้อยละ 11.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการร้านไอศกรีมบัตส์ สาขาเชียงใหม่

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรสไอศกรีมที่ชอบรับประทาน

รสไอศกรีมที่ชอบรับประทาน	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
بابาน่า สตรอเบอร์รี่น้ำ	56	28.0	5
บัตเตอร์ อัลมอนต์	50	25.0	7
เชอร์รี่ บอร์ด	15	7.5	26
เชอร์รี่ วานิลลา	36	18.0	13
ช็อคโกแลต	61	30.5	4
ช็อคโกแลตชิพ	65	32.5	2
คาร์ค คัทซ์ ช็อคโกแลต	16	8.0	25
ดับเบิล ช็อคโกแลต	31	15.5	16
เอสเพรสโซ่ คอฟฟี่	24	12.0	19
กรีนที	44	22.0	9
คิลเลอร์ บลูเบอร์รี่	21	10.5	20
ลาวา บราวนี่	42	21.0	10
มินท์ชิพ	39	19.5	11
มอคก้า อัลมอนต์ฟัดจ์	44	22.0	9
แมคคาเดเมียส์ นัท	34	17.0	14
ร็อคกี้โรด	30	15.0	17
รัมเรซัน	67	33.5	1
สตรอเบอร์รี่	44	22.0	9
เฮเซลนัท	31	15.5	16
สตรอเบอร์รี่ ชีสเค้ก	46	23.0	8
วานิลลา	63	31.5	3
วานิลลาคูกี้	51	25.5	6
ไวท์ อัลมอนต์ บาร์ค	18	9.0	21

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรสไอศกรีมที่ชอบ  
รับประทาน

(ต่อ)

รสไอศกรีมที่ชอบรับประทาน	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
วอปเปอร์ ครีนซ์	6	3.0	25
ทุเรียน	7	3.5	24
ลิ้นจี่	21	10.5	20
มะม่วง	14	7.0	22
ทาโร่ ยังโคโคนัท	12	6.0	23
เชอร์เบตส้ม	32	16.0	15
เชอร์เบตราสเบอร์รี่	26	13.0	18
เชอร์เบตสัปะรด	18	9.0	21
เชอร์เบตมะนาว	38	19.0	12
อื่นๆ	7	3.5	24

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ขนุน (2) ราสเบอร์รี่เชอร์เบต (1) กาแฟ (4)

จากตารางที่ 7 พบว่ารสไอศกรีมที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานมากที่สุด  
3 อันดับแรก คือ รสส้มเรชั่น ร้อยละ 33.5 ช็อคโกแลตชิพ ร้อยละ 32.5 และวานิลลา ร้อยละ 31.5

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามท็อปปิ้งแต่งหน้าไอศกรีมที่ชอบ

ท็อปปิ้งแต่งหน้าไอศกรีม	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
วิปปิ้งครีม	138	69.0	1
กล้วยหอม	87	43.5	2
สตอเบอรี่แช่เยลลี่	48	24.0	5
สัปปะรดแช่เยลลี่	30	15.0	9
บลูเบอรี่แช่เยลลี่	33	16.5	8
ชีสพาย	43	21.5	6
บัตเตอร์สกีต	42	21.0	7
อัลมอนด์	83	41.5	3
เรนโบว์	21	10.5	11
แฟนเวเฟอร์	22	11.0	10
เชอร์รี่	59	29.5	4
ว๊อฟเปอร์คั้น	22	11.0	10
อื่นๆ	1	0.5	12

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

อื่นๆ ได้แก่ คาราเมล

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบท็อปปิ้งแต่งหน้าไอศกรีมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ วิปปิ้งครีม ร้อยละ 69.0 กล้วยหอม ร้อยละ 43.5 และอัลมอนด์ ร้อยละ

41.5



ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามไอศกรีมชั้นเค้ที่ชอบ

ไอศกรีมชั้นเค้	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
ซูเปอร์โบวล์	37	18.5	4
บานานา พิตช์ รอยัล	61	30.5	2
โรริ่ง ทเวนตี้ส์	12	6.0	17
บิก อัด	24	12.0	11
โกลเด้นเกท	54	27.0	3
วอฟเฟิล แฟนตาซี	20	10.0	13
ครันชี คูกี้	36	18.0	5
เพมัส 5	28	14.0	7
เยลลี่ สุปริม	29	14.5	7
เบอร์รี่ เบอร์รี่	19	9.5	14
แบล็ค แอนด์ ไวท์	20	10.0	14
ทาโก้ ชันเด	18	9.0	15
เยลลี่ ค็อกเทล ชันเด	22	11.0	12
สวีทคอร์น ชันเด	26	13.0	9
ร็อกกี้เมาท์เทน	25	12.5	10
บัตส์ ซูเปอร์ชันเด	22	11.0	12
แปซิฟิก ครันชี	12	6.0	17
ดับเบิล ช็อกโกแลต ชันเด	32	16.0	6
ไอศกรีมเค้ก	62	31.0	1
ซิค เซค	9	4.5	18
เซอร์เบท ฟรีซ	8	4.0	19
ป๊อปปูล่าร์ เซค	12	6.0	17
คอฟฟี โพลท	17	8.5	16
ป๊อปปูล่าร์ โพลท	17	8.5	16
อื่นๆ	2	1.0	20

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

อื่นๆ ได้แก่ โคนชั้นเค้

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ชอบรับประทานไอศกรีมชั้นเคย์ 3 อันดับแรก คือ ไอศกรีมเค้ก ร้อยละ 31.0 บานานา พีคจ์ รอยล์ ร้อยละ 30.5 และโกลเด็นเกท ร้อยละ 27.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรสไอศกรีมเค้กที่ชอบรับประทาน

ไอศกรีมเค้ก	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
ชาเขียว	58	29.0	5
มอคก้า อัลมอนต์ พีคจ์	53	26.5	6
ชีอคโกแลต	63	31.5	3
วานิลลา	61	30.5	4
บานาน่า สตรอเบอร์รี่	61	30.5	4
บลูเบอร์รี่	36	18.0	7
ชีอคโกแลตชิพ	64	32.0	2
เอสเปรสโซ คีอฟี	20	10.0	9
เชอร์เบตส้ม	27	13.5	8
เชอร์เบตมะนาว	20	10.0	9
วานิลลาคู้กกี้	69	34.5	1
อื่นๆ	4	2.0	10

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

อื่นๆ ได้แก่ บัตเตอร์อัลมอนต์ (2) กาแฟ (2)

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานไอศกรีมเค้ก 3 อันดับแรก คือ รสวานิลลาคู้กกี้ ร้อยละ 34.5 ชีอคโกแลตชิพ ร้อยละ 32.0 และชีอคโกแลต ร้อยละ 31.5

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดและประเภท ไอศกรีมที่นิยมจะซื้อกลับบ้าน

ประเภทไอศกรีม	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
ขนาด 560 กรัม	27	13.5	5
ขนาด 280 กรัม	34	17.0	3
ขนาด 105 กรัม	22	11.0	6
ขนาด 80 กรัม	33	16.5	4
ไอศกรีมเล็ก	52	26.0	1
ไอศกรีมปั่นไสนม	19	9.5	7
ไอศกรีมชั้นเคย์	36	18.0	2
ไอศกรีมพาย	15	7.5	8
อื่น	1	0.5	9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

อื่นๆ ได้แก่ กาแฟ (1)

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมที่จะซื้อไอศกรีมกลับบ้าน 3 ลำดับแรกได้แก่ ไอศกรีมเล็ก ร้อยละ 26.0 รองลงมา ไอศกรีมชั้นเคย์ ร้อยละ 18.0 และ ไอศกรีมขนาด 280 กรัม ร้อยละ 17.0

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ของการมาใช้  
บริการร้านบัดส์ไอศกรีม

การมาใช้บริการร้านบัดส์ไอศกรีม	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	109	54.5
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	36	18.0
สัปดาห์ละ 2 ครั้ง	12	6.0
มากกว่าสัปดาห์ละ 2 ครั้ง	18	9.0
อื่นๆ	25	12.5
รวม	200	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ เดือนละ 1 ครั้ง (15) แล้วแต่เพื่อนและเวลา (1) ครั้งแรก (3)  
นานๆ ครั้ง (5) แล้วแต่โอกาส (1)

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านบัดส์ ไอศกรีม  
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 54.5 รองลงมา สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 18.0 อื่นๆ ร้อยละ  
12.5 มากกว่าสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ร้อยละ 9.0 และ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านบัดส์ไอศกรีม

การใช้บริการร้านบัดส์ไอศกรีม	จำนวน	ร้อยละ
นั่งทานในร้านบัดส์ไอศกรีม	190	95.0
ซื้อกลับบ้าน	10	5.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ชอบใช้บริการร้านบัดส์ไอศกรีม โดยนั่งทานในร้านบัดส์ไอศกรีม ร้อยละ 95.0 และซื้อกลับบ้าน ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการในร้านบ๋อยที่สุด

ช่วงระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการในร้านบ๋อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
10.00-14.00 น.	14	7.0
14.01-18.00 น.	85	42.5
18.01-23.00 น.	101	50.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เข้ามาใช้บริการในร้านบ๋อยที่สุด คือ 18.01-23.00 น. ร้อยละ 50.5 รองลงมา 14.01-18.00 น. ร้อยละ 42.5 และ 10.00-14.00 น. ร้อยละ 7.0

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเข้ามาใช้บริการที่ร้านบัตส์ไอศกรีม

การเข้ามาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มาคนเดียว	22	11.0
มากับเพื่อนที่รู้จักสนิท	121	60.5
มากับสมาชิกในครอบครัว	44	22.0
มากับเพื่อนที่ทำงาน	8	4.0
อื่นๆ	5	2.5
รวม	200	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ มากับอาจารย์ (2) มากับแฟน (1) มากับเพื่อนเก่า (2)

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การมาใช้บริการที่ร้านบัตส์ไอศกรีม คือ มากับเพื่อนที่รู้จักสนิท ร้อยละ 60.5 รองลงมา มากับสมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 22.0 มาคนเดียวร้อยละ 11.0 มากับเพื่อนที่ทำงาน ร้อยละ 4.0 และอื่นๆ ร้อยละ 2.5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการ  
ของบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ  
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความหลากหลายของ รสชาติไอศกรีม	64 (32.0)	105 (52.5)	31 (15.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.17 (มาก)	2
รสชาติของไอศกรีม	68 (34.0)	111 (55.5)	21 (10.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.24 (มาก)	1
การแต่งหน้าไอศกรีม ชั้นเดย์	48 (24.0)	93 (46.5)	57 (28.5)	2 (1.0)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	4
คุณภาพของไอศกรีม (เช่น ไม่ละลายเร็ว,เนื้อไอศกรีม มีความละเอียด,มีสีสรรน่า รับประทาน)	52 (26.0)	100 (50.0)	47 (23.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	3
มีหลายขนาดให้เลือกซื้อ	42 (21.0)	100 (50.0)	57 (28.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	5
รวมค่าเฉลี่ย						4.05 (มาก)	

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05 ) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ รสชาติของไอศกรีม (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีม (ค่าเฉลี่ย 4.17) คุณภาพของไอศกรีม (เช่น ไม่ละลายเร็ว,เนื้อไอศกรีมมีความละเอียด,มีสีสรรน่ารับประทาน) (ค่าเฉลี่ย 4.03) การแต่งหน้าไอศกรีมชั้นเดย์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และ มีหลายขนาดให้เลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ปัจจัยด้านราคาของร้านบัดส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาไอศกรีมมีให้เลือก หลายระดับ	30 (15.0)	90 (45.0)	72 (36.0)	7 (3.5)	1 (0.5)	3.71 (มาก)	2
ไอศกรีมมีราคาที่เหมาะสม	23 (11.5)	89 (44.5)	77 (38.5)	8 (4.0)	3 (1.5)	3.61 (มาก)	3
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	56 (28.0)	80 (40.0)	59 (29.5)	4 (2.0)	1 (0.5)	3.93 (มาก)	1
รวมค่าเฉลี่ย						3.75 (มาก)	

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมา ราคาไอศกรีมมีให้เลือกหลายระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และ ไอศกรีมมีราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.61)



ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ของร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย/สถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่ สะดวกต่อการเดินทาง	53 (26.5)	61 (30.5)	67 (33.5)	12 (6.0)	7 (3.5)	3.71 (มาก)	2
การสั่งซื้อทางโทรศัพท์	11 (5.5)	72 (36.0)	68 (34.0)	17 (8.5)	32 (16.0)	3.07 (ปานกลาง)	3
ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน	53 (26.5)	97 (48.5)	45 (22.5)	2 (1.0)	3 (1.5)	3.98 (มาก)	1
สถานที่จอดรถ	4 (2.0)	24 (12.0)	48 (24.0)	66 (33.0)	58 (29.0)	2.25 (น้อย)	4
รวมค่าเฉลี่ย						3.25 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.71) มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ด้าน การสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.07) และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ด้าน สถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 2.25)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของร้านบัดส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การให้ส่วนลด 10% สำหรับสมาชิก	41 (20.5)	76 (38.0)	65 (32.5)	9 (4.5)	9 (4.5)	3.66 (มาก)	2
แจกของที่ระลึกในโอกาส พิเศษต่าง ๆ	42 (21.0)	57 (28.5)	65 (32.5)	23 (11.5)	13 (6.5)	3.46 (ปานกลาง)	3
ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์	96 (48.0)	67 (33.5)	32 (16.0)	3 (1.5)	2 (1.0)	4.26 (มาก)	1
การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	13 (6.5)	28 (14.0)	75 (37.5)	55 (27.5)	29 (14.5)	2.71 (ปานกลาง)	5
การโฆษณาทางโปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว	15 (7.5)	31 (15.5)	79 (39.5)	60 (30.0)	15 (7.5)	2.86 (ปานกลาง)	4
รวมค่าเฉลี่ย						3.39 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา การให้ส่วนลด 10% สำหรับสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ แจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.46) รองลงมา การโฆษณาทางโปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 2.86) และการโฆษณาทางสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.71)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ของร้านบัดส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านบุคคลหรือ พนักงาน	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานมีมารยาทสุภาพ เรียบร้อยพูดจาไพเราะ	84 (42.0)	90 (45.0)	26 (13.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.29 (มาก)	2
พนักงานมีความรู้เรื่อง สินค้าที่ขายอย่างดี	71 (35.5)	103 (51.5)	26 (13.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.23 (มาก)	3
พนักงานแนะนำสินค้า โดยละเอียด	57 (28.5)	94 (47.0)	43 (21.5)	6 (3.0)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	5
พนักงานบริการด้วย ความรวดเร็ว	70 (35.0)	89 (44.5)	41 (20.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	4
พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	86 (43.0)	91 (45.5)	22 (11.0)	1 (0.5)	0 (0.0)	4.31 (มาก)	1
รวมค่าเฉลี่ย						4.20 (มาก)	

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.29) พนักงานมีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.15) และ พนักงานแนะนำสินค้าโดยละเอียด (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะอาดของห้องน้ำ	47 (23.5)	87 (43.5)	64 (32.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	3.89 (มาก)	7
มีจำนวนโต๊ะและเก้าอี้เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	43 (21.5)	103 (51.5)	50 (25.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	3.93 (มาก)	6
ความสบายของโต๊ะและเก้าอี้ที่นั่ง	53 (26.5)	92 (46.0)	51 (25.5)	4 (2.0)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	4
บรรยากาศภายในร้าน	60 (30.0)	94 (47.0)	44 (22.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	2
รูปแบบพนักงานในร้าน	55 (27.5)	91 (45.5)	50 (25.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	3.99 (มาก)	3
การออกแบบและตกแต่งภายในร้าน	57 (28.5)	82 (41.0)	54 (27.0)	7 (3.5)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	5
ความน่าเชื่อถือของร้าน	66 (33.0)	96 (48.0)	34 (17.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	4.12 (มาก)	1
รวมค่าเฉลี่ย						3.98 (มาก)	

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเรียงลำดับคือ ความน่าเชื่อถือของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา บรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.06) รูปแบบพนักงานในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความสบายของโต๊ะและเก้าอี้ที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.97) การออกแบบและตกแต่งภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีจำนวนโต๊ะและเก้าอี้เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ ของร้านบัดส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความรวดเร็วในการได้รับไอศกรีม	58 (29.0)	119 (59.5)	23 (11.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.18 (มาก)	4
ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง	89 (44.5)	93 (46.5)	18 (9.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.36 (มาก)	2
การคิดเงินมีความรวดเร็ว	67 (33.5)	99 (49.5)	34 (17.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.37 (มาก)	1
การคิดเงินมีความถูกต้อง	78 (39.0)	107 (53.5)	15 (7.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.32 (มาก)	3
มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	61 (30.5)	97 (48.5)	41 (20.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	4.09 (มาก)	5
รวมค่าเฉลี่ย						4.26 (มาก)	

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือการคิดเงินมีความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมา การคิดเงินมีความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.36) การคิดเงินมีความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความรวดเร็วในการได้รับไอศกรีม (ค่าเฉลี่ย 4.18) และ มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาดบริการของร้านบัดส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	4.05	มาก	3
ด้านราคา	3.75	มาก	5
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.25	ปานกลาง	7
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.39	ปานกลาง	6
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	4.20	มาก	2
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.95	มาก	4
ด้านกระบวนการ	4.26	มาก	1

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.75) และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.39) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.25)

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการใช้บริการร้านบัดส์ไอศกรีม

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบในด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไอศกรีมมีรสให้เลือกน้อย	3 (1.5)	20 (10.0)	68 (34.0)	44 (22.0)	65 (32.5)	2.26 (น้อยที่สุด)	1
รสชาติของไอศกรีม ไม่อร่อย	2 (1.0)	9 (4.5)	53 (26.5)	60 (30.0)	76 (38.0)	2.01 (น้อยที่สุด)	5
การแต่งหน้าไอศกรีม ชั้นเคย์ไม่สวยงาม	4 (2.0)	7 (3.5)	67 (33.5)	51 (25.5)	71 (35.5)	2.11 (น้อยที่สุด)	3
คุณภาพของไอศกรีม (ละลายเร็ว, เนื้อหยาบ)	3 (1.5)	11 (5.5)	59 (29.5)	55 (27.5)	72 (36.0)	2.09 (น้อยที่สุด)	4
ไอศกรีมมีขนาดให้เลือก น้อย	2 (1.0)	18 (9.0)	60 (30.0)	50 (25.0)	70 (35.0)	2.16 (น้อยที่สุด)	2
รวมค่าเฉลี่ย						2.13 (น้อยที่สุด)	

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.13) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด เรียงลำดับ คือ ไอศกรีมมีรสให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.26) ไอศกรีมมีขนาดให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.16) การแต่งหน้าไอศกรีมชั้นเคย์ไม่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 2.11) และคุณภาพของไอศกรีม(ละลายเร็ว,เนื้อหยาบ) (ค่าเฉลี่ย 2.09) รสชาติของไอศกรีมไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 2.01)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบในด้านราคา

ด้านราคา	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือก หลายระดับ	3 (1.5)	19 (9.5)	62 (31.0)	54 (27.0)	62 (31.0)	2.24 (น้อยที่สุด)	1
ไอศกรีมมีราคาที่ไม่ เหมาะสม	4 (2.0)	14 (7.0)	69 (34.5)	42 (21.0)	71 (35.5)	2.19 (น้อยที่สุด)	2
ไม่มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	4 (2.0)	12 (6.0)	57 (28.5)	51 (25.5)	76 (38.0)	2.09 (น้อยที่สุด)	3
รวมค่าเฉลี่ย						2.17 (น้อยที่สุด)	

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.17) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด เรียงลำดับ คือไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ (ค่าเฉลี่ย 2.24) รองลงมา ไอศกรีมมีราคาที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.19) และ ไม่มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.09)



ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบในด้าน  
ช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่

ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย/สถานที่	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการ เดินทาง	23 (11.5)	38 (19.0)	50 (25.0)	42 (21.0)	47 (23.5)	2.74 (น้อย)	2
ไม่มีความสะดวกในการสั่ง ซื้อทางโทรศัพท์	12 (6.0)	21 (10.5)	75 (37.5)	44 (22.0)	48 (24.0)	2.53 (น้อย)	3
ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้านไม่ เหมาะสม	2 (1.0)	14 (7.0)	56 (28.0)	46 (23.0)	82 (41.0)	2.04 (น้อยที่สุด)	4
ที่จอดรถไม่สะดวก	66 (33.0)	52 (26.0)	37 (18.5)	22 (11.0)	23 (11.5)	3.58 (มาก)	1
รวมค่าเฉลี่ย						2.72 (น้อย)	

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/  
สถานที่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.72) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย  
พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ที่จอดรถไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย  
3.88) สำหรับปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ เรียงลำดับ ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง  
(ค่าเฉลี่ย 2.74) และ ไม่มีความสะดวกในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.53) สำหรับเรื่องช่วง  
เวลาเปิด-ปิดร้านไม่เหมาะสม พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.04)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบในด้าน การส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การให้ส่วนลดต่างๆน้อยเกินไป	7 (3.5)	34 (17.0)	75 (37.5)	34 (17.0)	50 (25.0)	2.57 (น้อย)	2
โปรโมชั่นที่จัดไม่น่าสนใจ	11 (5.5)	33 (16.5)	66 (33.0)	33 (16.5)	57 (28.5)	2.54 (น้อย)	3
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย	32 (16.0)	39 (19.5)	60 (30.0)	34 (17.0)	35 (17.5)	3.00 (น้อย)	1
รวมค่าเฉลี่ย						2.70 (น้อย)	

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.70) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เรียงลำดับ คือการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.00) รองลงมาการให้ส่วนลดต่างๆน้อยเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.57) และ โปรโมชั่นที่จัดไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.54)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบในด้าน บุคคลหรือพนักงาน

ด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานไม่สุภาพ	3 (1.5)	6 (3.0)	39 (19.5)	39 (19.5)	113 (56.5)	1.74 (น้อยที่สุด)	5
พนักงาน ไม่มีความรู้เรื่อง สินค้าที่ขายดีพอ	1 (0.5)	9 (4.5)	36 (18.0)	60 (30.0)	94 (47.0)	1.82 (น้อยที่สุด)	3
พนักงานไม่ได้แนะนำ สินค้าโดยละเอียด	2 (1.0)	9 (4.5)	50 (25.0)	54 (27.0)	85 (42.5)	1.95 (น้อยที่สุด)	1
พนักงานบริการด้วยความ ล่าช้า	2 (1.0)	5 (2.5)	45 (22.5)	55 (27.5)	93 (46.5)	1.84 (น้อยที่สุด)	2
พนักงานแต่งกายไม่ เรียบร้อย	2 (1.0)	8 (4.0)	35 (17.5)	47 (23.5)	108 (54.0)	1.75 (น้อยที่สุด)	4
รวมค่าเฉลี่ย						1.82 (น้อยที่สุด)	

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านบุคคลหรือพนักงานโดย  
รวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.82) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า  
ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด เรียงลำดับ คือ พนักงานไม่ได้  
แนะนำสินค้าโดยละเอียด (ค่าเฉลี่ย 1.95) รองลงมา พนักงานบริการด้วยความล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 1.84)  
พนักงานไม่มีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายดีพอ (ค่าเฉลี่ย 1.82) พนักงานแต่งกายไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย  
1.75) พนักงานไม่สุภาพ (ค่าเฉลี่ย 1.74)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบในด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ห้องน้ำไม่สะอาด	2 (1.0)	7 (3.5)	54 (27.0)	55 (27.5)	82 (41.0)	1.96 (น้อยที่สุด)	4
จำนวนโต๊ะและเก้าอี้มีไม่ เพียงพอ	1 (0.5)	10 (5.0)	47 (23.5)	62 (31.0)	80 (40.0)	1.95 (น้อยที่สุด)	5
เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวก สบาย	5 (2.5)	20 (10.0)	50 (25.0)	47 (23.5)	78 (39.0)	2.14 (น้อยที่สุด)	1
บรรยากาศภายในร้านไม่ดี พอ	2 (1.0)	13 (6.5)	57 (28.5)	44 (22.0)	84 (42.0)	2.03 (น้อยที่สุด)	3
เครื่องแบบพนักงานไม่ สวยงาม	3 (1.5)	16 (8.0)	43 (21.5)	42 (21.0)	96 (48.0)	1.94 (น้อยที่สุด)	6
การออกแบบและตกแต่ง ภายในร้านไม่สวย	3 (1.5)	15 (7.5)	54 (27.0)	49 (24.5)	79 (39.5)	2.07 (น้อยที่สุด)	2
ร้านไม่มีความน่าเชื่อถือ	2 (1.0)	9 (4.5)	40 (20.0)	46 (23.0)	103 (51.5)	1.81 (น้อยที่สุด)	7
รวมค่าเฉลี่ย						2.31 (น้อยที่สุด)	

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ กายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.31) และในรายละเอียดของแต่ละ ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด เรียงลำดับ คือ เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 2.14) รองลงมา การออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่ สวย (ค่าเฉลี่ย 2.07) บรรยากาศภายในร้านไม่ดีพอ (ค่าเฉลี่ย 2.03) ห้องน้ำไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 1.95) เครื่องแบบพนักงานไม่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 1.94) และร้านไม่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 1.81)

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบในด้าน กระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ได้รับไอศกรีมช้า	3 (1.5)	7 (3.5)	35 (17.5)	62 (31.0)	93 (46.5)	1.83 (น้อยที่สุด)	1
ได้รับไอศกรีมไม่ถูกต้อง ตามที่สั่ง	3 (1.5)	8 (4.0)	38 (19.0)	43 (21.5)	108 (54.0)	1.78 (น้อยที่สุด)	3
คิดเงินช้า	2 (1.0)	8 (4.0)	40 (20.0)	46 (23.0)	104 (52.0)	1.79 (น้อยที่สุด)	2
คิดเงินผิด	3 (1.5)	6 (3.0)	37 (18.5)	43 (21.5)	111 (55.5)	1.74 (น้อยที่สุด)	4
พนักงานมีไม่เพียงพอใน การให้บริการ	2 (1.0)	7 (3.5)	45 (22.5)	46 (23.0)	100 (50.0)	1.83 (น้อยที่สุด)	1
รวมค่าเฉลี่ย						1.79 (น้อยที่สุด)	

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.79) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุดเรียงลำดับ คือได้รับไอศกรีมช้า พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 1.83) คิดเงินช้า (ค่าเฉลี่ย 1.79) ได้รับไอศกรีมไม่ถูกต้องตามที่สั่ง (ค่าเฉลี่ย 1.78) คิดเงินผิด (ค่าเฉลี่ย 1.74)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบ จำแนกตามส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	2.13	น้อยที่สุด	5
ด้านราคา	2.17	น้อยที่สุด	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.72	น้อย	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.70	น้อย	2
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	1.82	น้อยที่สุด	6
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.31	น้อยที่สุด	3
ด้านกระบวนการ	1.79	น้อยที่สุด	7

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เรียงลำดับ คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 2.72) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.70) และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.31) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.17) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.13) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 1.82) และด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 1.79)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาด  
บริการของร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาด  
บริการของร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีม	4.14 (มาก)	4.18 (มาก)	4.17 (มาก)
รสชาติของไอศกรีม	4.26 (มาก)	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)
การแต่งหน้าไอศกรีมชั้นดี	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)
คุณภาพของไอศกรีม (เช่น ไม่ละลายเร็ว เนื้อ ไอศกรีมมีความละเอียด มีสีสรรน่ารับประทาน)	4.02 (มาก)	4.01 (มาก)	4.02 (มาก)
มีหลายขนาดให้เลือกซื้อ	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05 (มาก)	4.06 (มาก)	4.05 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศ  
หญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง  
มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ รสชาติของไอศกรีม มากกว่าปัจจัยย่อยด้าน  
อื่น

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาไอศกรีมมีให้เลือกหลายระดับ	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)
ไอศกรีมมีราคาที่เหมาะสม	3.64 (มาก)	3.58 (มาก)	3.61 (มาก)
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.95 (มาก)	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น



ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง	3.68 (มาก)	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)
การสั่งซื้อทางโทรศัพท์	2.94 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน	3.86 (มาก)	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)
สถานที่จอดรถ	2.25 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.25 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.18 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้ส่วนลด 10% สำหรับสมาชิก	3.59 (มาก)	3.70 (มาก)	3.66 (มาก)
แจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ	3.49 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์	4.31 (มาก)	4.23 (มาก)	4.26 (มาก)
การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	2.67 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางโปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว	2.84 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ	4.35 (มาก)	4.25 (มาก)	4.29 (มาก)
พนักงานมีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายอย่างดี	4.31 (มาก)	4.17 (มาก)	4.23 (มาก)
พนักงานมีความรู้เรื่องสินค้าโดยละเอียด	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)	4.01 (มาก)
พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว	4.19 (มาก)	4.12 (มาก)	4.15 (มาก)
พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	4.40 (มาก)	4.25 (มาก)	4.31 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26 (มาก)	4.15 (มาก)	4.30 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ และพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกของห้องน้ำ	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)	3.89 (มาก)
มีจำนวน โต๊ะและเก้าอี้เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	3.93 (มาก)
ความสบายของโต๊ะและเก้าอี้ที่นั่ง	3.84 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)
บรรยากาศภายในร้าน	3.94 (มาก)	4.14 (มาก)	4.06 (มาก)
เครื่องแบบพนักงานในร้าน	3.95 (มาก)	4.01 (มาก)	3.99 (มาก)
การออกแบบและตกแต่งภายในร้าน	3.84 (มาก)	4.02 (มาก)	3.95 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของร้าน	4.02 (มาก)	4.18 (มาก)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91 (มาก)	4.03 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความน่าเชื่อถือของร้าน มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการได้รับไอศกรีม	4.16 (มาก)	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)
ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง	4.33 (มาก)	4.37 (มาก)	4.36 (มาก)
การคิดเงินมีความรวดเร็ว	4.68 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)	4.37 (มาก)
การคิดเงินมีความถูกต้อง	4.28 (มาก)	4.34 (มาก)	4.32 (มาก)
มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	4.01 (มาก)	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)
รวมค่าเฉลี่ย	4.29 (มาก)	4.23 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การคิดเงินมีความรวดเร็ว มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาด  
บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.05 (มาก)	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)
ด้านราคา	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)	3.75 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.18 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.38 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	4.26 (มาก)	4.15 (มาก)	4.21 (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.91 (มาก)	4.03 (มาก)	3.97 (มาก)
ด้านกระบวนการ	4.29 (มาก)	4.24 (มาก)	4.27 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจสูงสุดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการ มากกว่าปัจจัยด้านอื่น

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการ  
ตลาดบริการของร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ จำแนกตาม อายุ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของรสชาติ ไอศกรีม	4.34 (มาก)	4.33 (มาก)	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)	4.17 (มาก)
รสชาติของไอศกรีม	4.41 (มาก)	4.37 (มาก)	4.08 (มาก)	4.26 (มาก)	4.24 (มาก)
การแต่งหน้าไอศกรีมชั้นดี	4.28 (มาก)	4.23 (มาก)	3.76 (มาก)	3.62 (มาก)	3.94 (มาก)
คุณภาพของไอศกรีม (เช่น ไม่ ละลายเร็ว เนื้อไอศกรีมมีความ ละเอียด มีสีสรรน่ารับประทาน)	4.31 (มาก)	4.08 (มาก)	3.92 (มาก)	3.91 (มาก)	4.02 (มาก)
มีหลายขนาดให้เลือกซื้อ	4.10 (มาก)	4.12 (มาก)	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.29 (มาก)	4.22 (มาก)	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)	4.05 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึง  
พอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความพึง  
พอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ รสชาติของไอศกรีม มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาไอศกรีมมีให้เลือกหลายระดับ	3.83 (มาก)	3.48 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)
ไอศกรีมมีราคาที่เหมาะสม	3.66 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.79 (มาก)	3.61 (มาก)
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	4.21 (มาก)	3.98 (มาก)	3.76 (มาก)	4.03 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 (มาก)	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี อายุ 16-20 ปี และ 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือมีป้ายบอกราคาชัดเจน มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือราคาไอศกรีมมีให้เลือกหลายระดับ และมีป้ายบอกราคาชัดเจน มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น



ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/ สถานที่	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง	3.76 (มาก)	4.04 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	4.06 (มาก)	3.71 (มาก)
การสั่งซื้อทางโทรศัพท์	3.52 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)	4.02 (มาก)	3.94 (มาก)	3.98 (มาก)
สถานที่จอดรถ	2.69 (ปานกลาง)	2.37 (น้อย)	1.93 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี และ อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 16-20 ปี และอายุ 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้ส่วนลด 10% สำหรับสมาชิก	3.86 (มาก)	3.71 (มาก)	3.54 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)
แจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ ต่างๆ	3.97 (มาก)	3.63 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์	4.48 (มาก)	4.42 (มาก)	4.06 (มาก)	4.32 (มาก)	4.26 (มาก)
การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	3.31 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.31 (น้อย)	2.74 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางโปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว	3.45 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81 (มาก)	3.56 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี และอายุ 16-20 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี และอายุ 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อย พูดจาไพเราะ	4.38 (มาก)	4.44 (มาก)	4.20 (มาก)	4.21 (มาก)	4.29 (มาก)
พนักงานมีความรู้เรื่องสินค้าที่ขาย อย่างดี	4.45 (มาก)	4.35 (มาก)	4.14 (มาก)	4.06 (มาก)	4.23 (มาก)
พนักงานมีความรู้เรื่องสินค้าโดย ละเอียด	4.34 (มาก)	4.13 (มาก)	3.84 (มาก)	3.97 (มาก)	4.01 (มาก)
พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว	4.34 (มาก)	4.29 (มาก)	4.01 (มาก)	4.09 (มาก)	4.15 (มาก)
พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	4.52 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.19 (มาก)	4.26 (มาก)	4.31 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.41 (มาก)	4.33 (มาก)	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 16 – 20 ปี และอายุ 21-30 ปีมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดของห้องน้ำ	4.28 (มาก)	4.08 (มาก)	3.74 (มาก)	3.62 (มาก)	3.89 (มาก)
มีจำนวน โต๊ะและเก้าอี้เพียงพอ สำหรับผู้ให้บริการ	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)
ความสบายของ โต๊ะและเก้าอี้ที่นั่ง	4.38 (มาก)	4.23 (มาก)	3.71 (มาก)	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)
บรรยากาศภายในร้าน	4.41 (มาก)	4.29 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	4.06 (มาก)
เครื่องแบบพนักงานในร้าน	4.24 (มาก)	4.29 (มาก)	3.69 (มาก)	4.03 (มาก)	3.99 (มาก)
การออกแบบและตกแต่งภายในร้าน	4.41 (มาก)	4.23 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)	3.95 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของร้าน	4.34 (มาก)	4.25 (มาก)	3.99 (มาก)	4.06 (มาก)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.30 (มาก)	4.21 (มาก)	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ บรรยากาศภายในร้าน และการออกแบบและตกแต่งภายในร้าน มากกว่าปัจจัยย่อยอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 16-20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือ บรรยากาศภายในร้าน และเครื่องแบบพนักงานในร้าน มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี และ อายุ 31 ปี ขึ้นไปมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือ ความน่าเชื่อถือของร้าน มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้าน  
กระบวนการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการได้รับไอศกรีม	4.28 (มาก)	4.23 (มาก)	4.09 (มาก)	4.21 (มาก)	4.18 (มาก)
ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง	4.59 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.32 (มาก)	4.36 (มาก)
การคิดเงินมีความรวดเร็ว	4.31 (มาก)	4.33 (มาก)	4.49 (มาก)	4.15 (มาก)	4.37 (มาก)
การคิดเงินมีความถูกต้อง	4.59 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.12 (มาก)	4.18 (มาก)	4.32 (มาก)
มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	4.38 (มาก)	4.38 (มาก)	3.88 (มาก)	3.91 (มาก)	4.09 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.43 (มาก)	4.42 (มาก)	4.15 (มาก)	4.15 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ไม่เกิน 15 ปี และอายุ 16-20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การคิดเงินมีความถูกต้อง มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การคิดเงินมีความรวดเร็ว มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาด  
บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	4.29 (มาก)	4.22 (มาก)	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)	4.05 (มาก)
ด้านราคา	3.90 (มาก)	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.47 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.81 (มาก)	3.56 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	4.41 (มาก)	4.33 (มาก)	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	4.30 (มาก)	4.21 (มาก)	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)
ด้านกระบวนการ	4.43 (มาก)	4.42 (มาก)	4.15 (มาก)	4.15 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย  
สูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการ

5.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการ  
ตลาดบริการของบัณฑิตไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีม	4.37 (มาก)	4.02 (มาก)	4.32 (มาก)	3.87 (มาก)	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)
รสชาติของไอศกรีม	4.32 (มาก)	4.08 (มาก)	4.32 (มาก)	4.04 (มาก)	4.34 (มาก)	4.24 (มาก)
การแต่งหน้าไอศกรีมชั้นดี	4.14 (มาก)	3.92 (มาก)	4.14 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.94 (มาก)
คุณภาพของไอศกรีม (เช่น ไม่ละลายเร็ว เนื้อไอศกรีมมีความละเอียด มีสีสรรน่ารับประทาน)	4.12 (มาก)	3.94 (มาก)	4.18 (มาก)	3.74 (มาก)	4.02 (มาก)	4.02 (มาก)
มีหลายขนาดให้เลือกซื้อ	4.14 (มาก)	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22 (มาก)	3.96 (มาก)	4.18 (มาก)	3.72 (มาก)	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้มีความพึงพอใจรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมมากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 3,000-6,000 บาท 9,001-12,000 บาท และมากกว่า 12,000 บาทมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ รสชาติของไอศกรีมมากกว่า ปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-9,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก คือ ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมและ รสชาติของไอศกรีมมากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านราคา  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาไอศกรีมมีให้เลือก หลายระดับ	3.63 (มาก)	3.78 (มาก)	3.82 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)
ไอศกรีมมีราคาที่เหมาะสม	3.49 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.55 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.61 (มาก)
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)	4.09 (มาก)	3.87 (มาก)	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)	3.58 (มาก)	3.84 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท 6,001-9,000 บาท 9,001-12,000 บาท และ มากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือมีป้ายบอกราคาชัดเจน มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-6,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือ ราคาไอศกรีมมีให้เลือกหลายระดับ และ มีป้ายบอกราคาชัดเจน มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001-12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง	3.81 (มาก)	3.55 (มาก)	3.64 (มาก)	3.74 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)
การสั่งซื้อทางโทรศัพท์	3.31 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน	3.86 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)
สถานที่จอดรถ	2.29 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.17 (น้อย)	2.15 (น้อย)	2.25 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.32 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001-12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้ส่วนลด 10% สำหรับสมาชิก	3.51 (มาก)	3.84 (มาก)	3.95 (มาก)	3.52 (มาก)	3.57 (มาก)	3.66 (มาก)
แจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ	3.61 (มาก)	3.69 (มาก)	3.77 (มาก)	2.74 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์	4.29 (มาก)	4.27 (มาก)	4.32 (มาก)	4.17 (มาก)	4.23 (มาก)	4.26 (มาก)
การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	2.90 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.22 (น้อย)	2.68 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางโปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว	3.15 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.49 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.03 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 3,000 บาท 3,001-6,000 บาท 9,001-12,000 บาท และ มากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001-9,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ซื้อ 2 แกรม 1 ทุกวันจันทร์ มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001-12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ	4.31 (มาก)	4.24 (มาก)	4.41 (มาก)	3.96 (มาก)	4.43 (มาก)	4.29 (มาก)
พนักงานมีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายอย่างดี	4.24 (มาก)	4.31 (มาก)	4.36 (มาก)	3.83 (มาก)	4.26 (มาก)	4.23 (มาก)
พนักงานมีความรู้เรื่องสินค้าโดยละเอียด	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)
พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว	4.14 (มาก)	4.10 (มาก)	4.32 (มาก)	3.96 (มาก)	4.21 (มาก)	4.15 (มาก)
พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	4.36 (มาก)	4.33 (มาก)	4.41 (มาก)	3.96 (มาก)	4.36 (มาก)	4.31 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21 (มาก)	4.21 (มาก)	4.33 (มาก)	3.90 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 3,000 และบาท 3,001-6,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001-9,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ และพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001 –12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และ พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วมากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะ มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

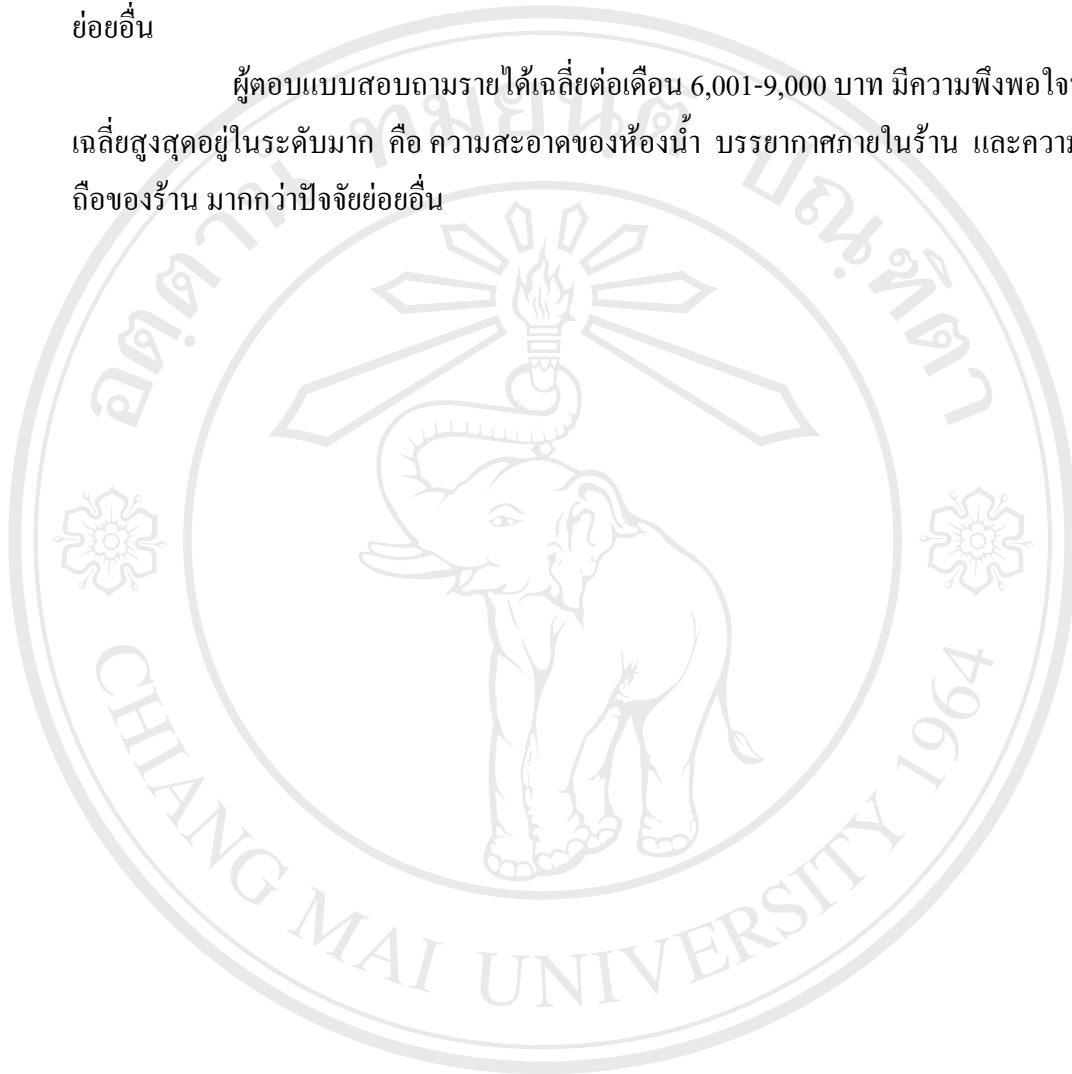
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001-12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดของห้องน้ำ	4.12 (มาก)	3.78 (มาก)	4.23 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.89 (มาก)
มีจำนวน โต๊ะและเก้าอี้เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	4.12 (มาก)	3.76 (มาก)	4.05 (มาก)	3.74 (มาก)	3.89 (มาก)	3.93 (มาก)
ความสบายของโต๊ะและเก้าอี้ที่นั่ง	4.19 (มาก)	3.78 (มาก)	4.14 (มาก)	3.78 (มาก)	3.91 (มาก)	3.97 (มาก)
บรรยากาศภายในร้าน	4.20 (มาก)	4.04 (มาก)	4.23 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.06 (มาก)
เครื่องแบบพนักงานในร้าน	4.15 (มาก)	3.90 (มาก)	4.05 (มาก)	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)	3.99 (มาก)
การออกแบบและตกแต่งภายในร้าน	4.15 (มาก)	3.86 (มาก)	4.05 (มาก)	3.61 (มาก)	3.89 (มาก)	3.95 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของร้าน	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)	4.23 (มาก)	3.91 (มาก)	4.15 (มาก)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15 (มาก)	3.89 (มาก)	4.14 (มาก)	3.76 (มาก)	3.91 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท และ 9,001-12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ บรรยากาศภายในร้าน มากกว่าปัจจัยย่อยอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-6,000 บาท และ มากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความน่าเชื่อถือของร้าน มากกว่าปัจจัยย่อยอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001-9,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของห้องน้ำ บรรยากาศภายในร้าน และความน่าเชื่อถือของร้าน มากกว่าปัจจัยย่อยอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการได้รับ ไอศกรีม	4.22 (มาก)	4.14 (มาก)	4.23 (มาก)	3.87 (มาก)	4.28 (มาก)	4.18 (มาก)
ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง	4.53 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.32 (มาก)	3.96 (มาก)	4.40 (มาก)	4.36 (มาก)
การคิดเงินมีความรวดเร็ว	4.24 (มาก)	4.16 (มาก)	4.23 (มาก)	3.96 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.37 (มาก)
การคิดเงินมีความถูกต้อง	4.49 (มาก)	4.29 (มาก)	4.32 (มาก)	3.96 (มาก)	4.30 (มาก)	4.32 (มาก)
มีพนักงานเพียงพอในการ ให้บริการ	4.29 (มาก)	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)	3.74 (มาก)	4.09 (มาก)	4.09 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.35 (มาก)	4.19 (มาก)	4.23 (มาก)	3.90 (มาก)	4.41 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 3,001-6,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 6,001-9,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง และการคิดเงินมีความถูกต้อง มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น



ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 9,001-12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ได้รับไอศกรีมถูกต้องตามที่สั่ง การคิดเงินมีความรวดเร็ว และการคิดเงินมีความถูกต้อง มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การคิดเงินมีความรวดเร็ว มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาด  
บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 3,000	3,001-6,000	6,001-9,000	9,001-12,000	มากกว่า 12,000 บาท
	บาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	บาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	บาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	บาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	บาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	4.22 (มาก)	3.96 (มาก)	4.18 (มาก)	3.72 (มาก)	4.05 (มาก)
ด้านราคา	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)	3.58 (มาก)	3.84 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	3.32 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.49 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.03 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	4.21 (มาก)	4.21 (มาก)	4.33 (มาก)	3.90 (มาก)	4.25 (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	4.15 (มาก)	3.89 (มาก)	4.14 (มาก)	3.76 (มาก)	3.91 (มาก)
ด้านกระบวนการ	4.35 (มาก)	4.19 (มาก)	4.23 (มาก)	3.90 (มาก)	4.41 (มาก)

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท และรายได้มากกว่า 12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท และรายได้ 6,001-9,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ด้านบุคคลหรือพนักงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 9,001-12,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ด้านบุคคลหรือพนักงาน และ ด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 6 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการใช้บริการร้านบัดส์ไอศกรีม จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

6.1 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการใช้บริการร้านบัดส์ไอศกรีม จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย	2.22 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	2.26 (น้อยที่สุด)
รสชาติของไอศกรีมไม่อร่อย	1.86 (น้อยที่สุด)	2.10 (น้อยที่สุด)	2.01 (น้อยที่สุด)
การแต่งหน้าไอศกรีมชั้นเคย์ไม่สวยงาม	1.95 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)	2.11 (น้อยที่สุด)
คุณภาพของไอศกรีม (ละลายเร็ว เนื้อหยาบ)	2.02 (น้อยที่สุด)	2.13 (น้อยที่สุด)	2.09 (น้อยที่สุด)
ไอศกรีมมีขนาดให้เล็กน้อย	2.09 (น้อยที่สุด)	2.21 (น้อยที่สุด)	2.16 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.03 (น้อยที่สุด)	2.19 (น้อยที่สุด)	2.13 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 56 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้าน  
ราคา จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ	2.12 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.24 (น้อยที่สุด)
ไอศกรีมมีราคาที่ไม่เหมาะสม	2.11 (น้อยที่สุด)	2.24 (น้อยที่สุด)	2.19 (น้อยที่สุด)
ไม่มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	2.04 (น้อยที่สุด)	2.12 (น้อยที่สุด)	2.09 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.09 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 57 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและ  
เพศหญิงพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง  
พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ  
มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามเพศ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง	2.80 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.74 (น้อย)
ไม่มีความสะดวกในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์	2.67 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)
ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้านไม่เหมาะสม	1.91 (น้อยที่สุด)	2.13 (น้อยที่สุด)	2.04 (น้อยที่สุด)
ที่จอดรถไม่สะดวก	3.60 (มาก)	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.75 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.72 (น้อย)

จากตารางที่ 58 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและ เพศหญิงพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ที่จอดรถไม่สะดวก มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้ส่วนลดต่างๆ น้อยเกินไป	2.51 (น้อย)	2.61 (น้อย)	2.57 (น้อย)
โปรโมชั่นที่จัดไม่น่าสนใจ	2.60 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.54 (น้อย)
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย	3.09 (น้อย)	2.93 (น้อย)	3.00 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.73 (น้อย)	2.68 (น้อย)	2.70 (น้อย)

จากตารางที่ 59 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและ เพศหญิงพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้านบุคคลหรือพนักงาน จำแนกตามเพศ

ด้านบุคคลหรือพนักงาน	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานไม่สุภาพ	1.68 (น้อยที่สุด)	1.77 (น้อยที่สุด)	1.74 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่มีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายดีพอ	1.78 (น้อยที่สุด)	1.84 (น้อยที่สุด)	1.82 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด	1.90 (น้อยที่สุด)	1.97 (น้อยที่สุด)	1.95 (น้อยที่สุด)
พนักงานบริการด้วยความล่าช้า	1.79 (น้อยที่สุด)	1.87 (น้อยที่สุด)	1.84 (น้อยที่สุด)
พนักงานแต่งกายไม่เรียบร้อย	1.68 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	1.77 (น้อยที่สุด)	1.85 (น้อยที่สุด)	1.82 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 60 พบว่าปัญหาด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและ เพศหญิงพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ คือ พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้าน  
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ห้องน้ำไม่สะอาด	1.95 (น้อยที่สุด)	1.97 (น้อยที่สุด)	1.96 (น้อยที่สุด)
จำนวนโต๊ะและเก้าอี้ไม่เพียงพอ	1.96 (น้อยที่สุด)	1.94 (น้อยที่สุด)	1.95 (น้อยที่สุด)
เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย	2.19 (น้อยที่สุด)	2.10 (น้อยที่สุด)	2.14 (น้อยที่สุด)
บรรยากาศภายในร้านไม่ดีพอ	2.05 (น้อยที่สุด)	2.01 (น้อยที่สุด)	2.03 (น้อยที่สุด)
เครื่องแบบพนักงานไม่สวยงาม	2.00 (น้อยที่สุด)	1.90 (น้อยที่สุด)	1.94 (น้อยที่สุด)
การออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่สวย	2.11 (น้อยที่สุด)	2.04 (น้อยที่สุด)	2.07 (น้อยที่สุด)
ร้านไม่มีความน่าเชื่อถือ	1.78 (น้อยที่สุด)	1.82 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.01 (น้อยที่สุด)	1.97 (น้อยที่สุด)	1.98 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 61 พบว่าปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพผู้ตอบ  
แบบสอบถามทั้งเพศชายและ เพศหญิงพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง  
พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ คือ เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย มากกว่า

ด้านอื่น



ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้าน  
ราคา จำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้รับไอศกรีมช้า	1.79 (น้อยที่สุด)	1.85 (น้อยที่สุด)	1.83 (น้อยที่สุด)
ได้รับไอศกรีมไม่ถูกต้องตามที่สั่ง	1.79 (น้อยที่สุด)	1.76 (น้อยที่สุด)	1.78 (น้อยที่สุด)
คิดเงินช้า	1.77 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)
คิดเงินผิด	1.72 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)	1.74 (น้อยที่สุด)
พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ	1.85 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)	1.83 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	1.78 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 62 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและ  
เพศหญิงพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบปัญหาที่มี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ คือ พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ มากกว่าด้าน  
อื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ  
คือ ได้รับไอศกรีมช้า มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการ  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลค่า)	ค่าเฉลี่ย (แปลค่า)
ด้านผลิตภัณฑ์	2.03 (น้อยที่สุด)	2.19 (น้อยที่สุด)
ด้านราคา	2.09 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	2.75 (น้อย)	2.70 (น้อย)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.73 (น้อย)	2.68 (น้อย)
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	1.77 (น้อยที่สุด)	1.85 (น้อยที่สุด)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.01 (น้อยที่สุด)	1.97 (น้อยที่สุด)
ด้านกระบวนการ	1.78 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ย  
สูงสุด ในระดับน้อย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่

## 6.2 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการใช้บริการร้านบัดส์ไอศกรีม จำแนกตาม

อายุ

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย	2.31 (น้อยที่สุด)	2.27 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	1.85 (น้อยที่สุด)	2.26 (น้อยที่สุด)
รสชาติของไอศกรีมไม่อร่อย	2.07 (น้อยที่สุด)	2.12 (น้อยที่สุด)	2.02 (น้อยที่สุด)	1.74 (น้อยที่สุด)	2.01 (น้อยที่สุด)
การแต่งหน้าไอศกรีมชั้นเคย์ไม่สวยงาม	2.07 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)	2.19 (น้อยที่สุด)	1.85 (น้อยที่สุด)	2.11 (น้อยที่สุด)
คุณภาพของไอศกรีม (ละลายเร็ว เนื้อหยาบ)	1.93 (น้อยที่สุด)	2.23 (น้อยที่สุด)	2.18 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)	2.09 (น้อยที่สุด)
ไอศกรีมมีขนาดให้เล็กน้อย	2.14 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	1.62 (น้อยที่สุด)	2.16 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.10 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)	1.77 (น้อยที่สุด)	2.13 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 64 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 15 ปี และอายุ 21-30 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 16-20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไอศกรีมมีขนาดให้เล็กน้อย มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไอศกรีมมีขนาดให้เล็กน้อย และการแต่งหน้าไอศกรีมชั้นเคย์ไม่สวยงาม มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้าน  
ราคา จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลาย ระดับ	2.21 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.25 (น้อยที่สุด)	2.09 (น้อยที่สุด)	2.24 (น้อยที่สุด)
ไอศกรีมมีราคาที่ไม่เหมาะสม	2.03 (น้อยที่สุด)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.24 (น้อยที่สุด)	1.91 (น้อยที่สุด)	2.19 (น้อยที่สุด)
ไม่มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	2.00 (น้อยที่สุด)	2.13 (น้อยที่สุด)	2.20 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)	2.09 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.08 (น้อยที่สุด)	2.28 (น้อยที่สุด)	2.23 (น้อยที่สุด)	1.93 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 65 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 15 ปี และอายุ 21-30 ปี และอายุ 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 16-20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไอศกรีมมีราคาที่ไม่เหมาะสม มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้าน  
ช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามอายุ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง	2.48 (น้อยที่สุด)	2.56 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.74 (น้อย)
ไม่มีความสะดวกในการสั่งซื้อทาง โทรศัพท์	2.21 (น้อยที่สุด)	2.65 (น้อย)	2.68 (น้อย)	2.21 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)
ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้านไม่เหมาะสม	2.14 (น้อยที่สุด)	2.23 (น้อยที่สุด)	1.88 (น้อยที่สุด)	2.06 (น้อยที่สุด)	2.04 (น้อยที่สุด)
ที่จอดรถไม่สะดวก	2.76 (น้อย)	3.52 (มาก)	3.92 (มาก)	3.53 (มาก)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.40 (น้อยที่สุด)	2.74 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.72 (น้อย)

จากตารางที่ 66 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 16-20 ปี 21-30 ปี 31ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 15 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ที่จอดรถไม่สะดวก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 16-20 ปี 21-30 ปี และอายุ 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากคือ ที่จอดรถไม่สะดวก มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้ส่วนลดต่างๆ น้อยเกินไป	2.38 (น้อยที่สุด)	2.63 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.57 (น้อย)
โปรโมชั่นที่จัดไม่น่าสนใจ	2.17 (น้อยที่สุด)	2.54 (น้อย)	2.72 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.54 (น้อย)
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย	2.76 (น้อย)	2.75 (น้อย)	3.34 (น้อย)	2.71 (น้อย)	3.00 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.44 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.70 (น้อย)

จากตารางที่ 67 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 16-20 ปี 21-30 ปี และ 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงอายุ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้าน บุคคลหรือพนักงาน จำแนกตามอายุ

ด้านบุคคลหรือพนักงาน	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่สุภาพ	1.83 (น้อยที่สุด)	1.85 (น้อยที่สุด)	1.72 (น้อยที่สุด)	1.53 (น้อยที่สุด)	1.74 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่มีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายดีพอ	1.93 (น้อยที่สุด)	1.90 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)	1.59 (น้อยที่สุด)	1.82 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด	1.93 (น้อยที่สุด)	2.04 (น้อยที่สุด)	1.91 (น้อยที่สุด)	1.91 (น้อยที่สุด)	1.95 (น้อยที่สุด)
พนักงานบริการด้วยความล่าช้า	1.86 (น้อยที่สุด)	1.96 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)	1.71 (น้อยที่สุด)	1.84 (น้อยที่สุด)
พนักงานแต่งกายไม่เรียบร้อย	1.86 (น้อยที่สุด)	1.87 (น้อยที่สุด)	1.64 (น้อยที่สุด)	1.74 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	1.88 (น้อยที่สุด)	1.92 (น้อยที่สุด)	1.78 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)	1.82 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 68 พบว่าปัญหาด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วง พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 15 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่มีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายดีพอ และพนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกอายุ 16-20 ปี 21-30 ปี และ 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)
ห้องน้ำไม่สะอาด	2.00 (น้อยที่สุด)	1.98 (น้อยที่สุด)	1.94 (น้อยที่สุด)	1.94 (น้อยที่สุด)	1.96 (น้อยที่สุด)
จำนวนโต๊ะและเก้าอี้ไม่เพียงพอ	2.00 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อยที่สุด)	1.93 (น้อยที่สุด)	1.76 (น้อยที่สุด)	1.95 (น้อยที่สุด)
เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย	2.07 (น้อยที่สุด)	2.12 (น้อยที่สุด)	2.27 (น้อยที่สุด)	1.88 (น้อยที่สุด)	2.14 (น้อยที่สุด)
บรรยากาศภายในร้านไม่ดีพอ	1.79 (น้อยที่สุด)	2.02 (น้อยที่สุด)	2.15 (น้อยที่สุด)	1.91 (น้อยที่สุด)	2.03 (น้อยที่สุด)
เครื่องแบบพนักงานไม่สวยงาม	1.93 (น้อยที่สุด)	1.88 (น้อยที่สุด)	2.04 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)	1.94 (น้อยที่สุด)
การออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่สวย	1.97 (น้อยที่สุด)	2.12 (น้อยที่สุด)	2.11 (น้อยที่สุด)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.07 (น้อยที่สุด)
ร้านไม่มีความน่าเชื่อถือ	2.07 (น้อยที่สุด)	1.92 (น้อยที่สุด)	1.73 (น้อยที่สุด)	1.59 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	1.98 (น้อยที่สุด)	2.02 (น้อยที่สุด)	2.02 (น้อยที่สุด)	1.84 (น้อยที่สุด)	1.98 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 69 พบว่าปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วง พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 15 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย และร้านไม่มีความน่าเชื่อถือมากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 16-20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย และการออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่สวย มากกว่าด้านอื่น



ผู้ตอบแบบสอบถาม 21-30 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ  
เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด  
คือ การออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่สวย มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้าน  
กระบวนการ จำแนกตามอายุ

ด้านกระบวนการ	อายุ				
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)
ได้รับไอศกรีมช้า	1.90 (น้อยที่สุด)	2.02 (น้อยที่สุด)	1.72 (น้อยที่สุด)	1.74 (น้อยที่สุด)	1.83 (น้อยที่สุด)
ได้รับไอศกรีมไม่ถูกต้องตามที่สั่ง	1.86 (น้อยที่สุด)	1.88 (น้อยที่สุด)	1.76 (น้อยที่สุด)	1.56 (น้อยที่สุด)	1.78 (น้อยที่สุด)
คิดเงินช้า	1.83 (น้อยที่สุด)	1.90 (น้อยที่สุด)	1.73 (น้อยที่สุด)	1.74 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)
คิดเงินผิด	1.79 (น้อยที่สุด)	1.77 (น้อยที่สุด)	1.74 (น้อยที่สุด)	1.62 (น้อยที่สุด)	1.74 (น้อยที่สุด)
พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้ บริการ	1.76 (น้อยที่สุด)	1.92 (น้อยที่สุด)	1.78 (น้อยที่สุด)	1.85 (น้อยที่สุด)	1.83 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	1.83 (น้อยที่สุด)	1.90 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)	1.70 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 70 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วง พบ  
ปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 15 ปี และ  
อายุ 16-20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ได้รับไอศกรีมช้า มากกว่า  
ด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 21-30 ปี และ 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่  
ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยประสมการตลาดบริการ  
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อายุ			
	ไม่เกิน 15 ปี	16-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)
ด้านผลิตภัณฑ์	2.10 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)	1.77 (น้อยที่สุด)
ด้านราคา	2.08 (น้อยที่สุด)	2.28 (น้อยที่สุด)	2.23 (น้อยที่สุด)	1.93 (น้อยที่สุด)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	2.40 (น้อยที่สุด)	2.74 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.56 (น้อย)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.44 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.56 (น้อย)
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	1.88 (น้อยที่สุด)	1.92 (น้อยที่สุด)	1.78 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	1.98 (น้อยที่สุด)	2.02 (น้อยที่สุด)	2.02 (น้อยที่สุด)	1.84 (น้อยที่สุด)
ด้านกระบวนการ	1.83 (น้อยที่สุด)	1.90 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)	1.70 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 15 ปี พบปัญหาที่มี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 16-20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับน้อย  
คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 21-30 ปี และอายุ 31 ปีขึ้นไป พบปัญหาที่มี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับน้อย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

### 6.3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการใช้บริการร้านบัดส์ไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย	2.46 (น้อยที่สุด)	2.27 (น้อยที่สุด)	2.09 (น้อยที่สุด)	2.65 (น้อย)	1.89 (น้อยที่สุด)	2.26 (น้อยที่สุด)
รสชาติของไอศกรีมไม่อร่อย	2.24 (น้อยที่สุด)	2.06 (น้อยที่สุด)	1.64 (น้อยที่สุด)	2.09 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)	2.01 (น้อยที่สุด)
การแต่งหน้าไอศกรีมชั้นเดียวไม่สวยงาม	2.34 (น้อยที่สุด)	2.14 (น้อยที่สุด)	1.59 (น้อยที่สุด)	2.26 (น้อยที่สุด)	1.96 (น้อยที่สุด)	2.11 (น้อยที่สุด)
คุณภาพของไอศกรีม (ละลายเร็ว เนื้อหยาบ)	2.32 (น้อยที่สุด)	2.14 (น้อยที่สุด)	1.64 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)	1.89 (น้อยที่สุด)	2.09 (น้อยที่สุด)
ไอศกรีมมีขนาดให้เล็กน้อย	2.37 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)	1.91 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)	1.91 (น้อยที่สุด)	2.16 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.35 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)	1.77 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	1.89 (น้อยที่สุด)	2.13 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 72 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ไม่เกิน 3,000 บาท 3,001-6,000 บาท 6,001-9,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 9,001-12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไอศกรีมมีรสให้เล็กน้อย มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 9,001-12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ การแต่งหน้าไอศกรีมชั้นเดียวไม่สวยงาม มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือก หลายระดับ	2.29 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.14 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	2.04 (น้อยที่สุด)	2.24 (น้อยที่สุด)
ไอศกรีมมีราคาที่ไม่เหมาะสม	2.37 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	1.77 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)	2.02 (น้อยที่สุด)	2.19 (น้อยที่สุด)
ไม่มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	2.22 (น้อยที่สุด)	2.20 (น้อยที่สุด)	1.77 (น้อยที่สุด)	2.30 (น้อยที่สุด)	1.83 (น้อยที่สุด)	2.09 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.29 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	1.89 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	1.96 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 73 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ไม่เกิน 3,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไอศกรีมมีราคาที่ไม่เหมาะสม มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 3,001-6,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ และ ไอศกรีมมีราคาที่ไม่เหมาะสม มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 6,001-9,000 บาท 9,001-12,000 บาท และ มากกว่า 12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีราคาไอศกรีมให้เลือกหลายระดับ มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้าน  
ช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/ สถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการ เดินทาง	2.73 (น้อย)	2.98 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.74 (น้อย)
ไม่มีความสะดวกในการสั่งซื้อ ทางโทรศัพท์	2.58 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.18 (น้อยที่สุด)	2.83 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)
ช่วงเวลาเปิด-ปิดร้านไม่ เหมาะสม	2.31 (น้อยที่สุด)	1.98 (น้อยที่สุด)	1.55 (น้อยที่สุด)	1.83 (น้อยที่สุด)	2.11 (น้อยที่สุด)	2.04 (น้อยที่สุด)
ที่จอดรถไม่สะดวก	3.47 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.41 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.89 (มาก)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.77 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.68 (น้อย)	2.72 (น้อย)	2.72 (น้อย)

จากตารางที่ 74 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 3,000 บาท 3,001-6,000 บาท 9,001-12,000 บาท และมากกว่า 12,000 บาท พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 6,001-9,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ไม่เกิน 3,000 บาท 6,001-9,000 บาท และ 9,001-12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ที่จอดรถไม่สะดวก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-6,000 บาท และ มากกว่า 12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ที่จอดรถไม่สะดวก มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้ส่วนลดต่างๆ น้อย เกินไป	2.71 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.32 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)
โปรโมชั่นที่จัดไม่น่าสนใจ	2.58 (น้อย)	2.55 (น้อย)	2.23 (น้อยที่สุด)	3.13 (น้อย)	2.34 (น้อยที่สุด)	2.54 (น้อย)
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มี น้อย	3.00 (น้อย)	3.22 (น้อย)	2.59 (น้อย)	3.35 (น้อย)	2.77 (น้อย)	3.00 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.76 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	3.12 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.70 (น้อย)

จากตารางที่ 75 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 3,000 บาท 3,001-6,000 บาท 9,001-12,000 บาท และมากกว่า 12,000 บาท พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 6,001-9,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ การโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีน้อย มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้านบุคคลหรือพนักงาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านบุคคลหรือพนักงาน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานไม่สุภาพ	1.97 (น้อยที่สุด)	1.67 (น้อยที่สุด)	1.64 (น้อยที่สุด)	1.91 (น้อยที่สุด)	1.47 (น้อยที่สุด)	1.74 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่มีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายดีพอ	1.97 (น้อยที่สุด)	1.82 (น้อยที่สุด)	1.68 (น้อยที่สุด)	2.04 (น้อยที่สุด)	1.57 (น้อยที่สุด)	1.82 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด	2.10 (น้อยที่สุด)	1.90 (น้อยที่สุด)	1.68 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	1.70 (น้อยที่สุด)	1.95 (น้อยที่สุด)
พนักงานบริการด้วยความล่าช้า	2.00 (น้อยที่สุด)	1.80 (น้อยที่สุด)	1.55 (น้อยที่สุด)	2.09 (น้อยที่สุด)	1.70 (น้อยที่สุด)	1.84 (น้อยที่สุด)
พนักงานแต่งกายไม่เรียบร้อย	1.95 (น้อยที่สุด)	1.57 (น้อยที่สุด)	1.55 (น้อยที่สุด)	1.96 (น้อยที่สุด)	1.66 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.00 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)	1.62 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อยที่สุด)	1.62 (น้อยที่สุด)	1.82 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 76 พบว่าปัญหาด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกราย ได้เฉลี่ยต่อเดือน พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 3,000 บาท 3,001-6,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001-9,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่มีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายดีพอ และพนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด มากกว่าด้านอื่น



ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,000 บาทขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานไม่ได้แนะนำสินค้าโดยละเอียด และพนักงานบริการด้วยความล่าช้า มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ห้องน้ำไม่สะอาด	2.08 (น้อยที่สุด)	1.90 (น้อยที่สุด)	1.73 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)	1.87 (น้อยที่สุด)	1.96 (น้อยที่สุด)
จำนวน โต๊ะและเก้าอี้มีไม่ เพียงพอ	2.08 (น้อยที่สุด)	1.98 (น้อยที่สุด)	1.73 (น้อยที่สุด)	2.00 (น้อยที่สุด)	1.83 (น้อยที่สุด)	1.95 (น้อยที่สุด)
เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย	2.32 (น้อยที่สุด)	2.16 (น้อยที่สุด)	1.86 (น้อยที่สุด)	2.13 (น้อยที่สุด)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.14 (น้อยที่สุด)
บรรยากาศภายในร้านไม่ดีพอ	2.03 (น้อยที่สุด)	2.04 (น้อยที่สุด)	1.91 (น้อยที่สุด)	2.09 (น้อยที่สุด)	2.02 (น้อยที่สุด)	2.03 (น้อยที่สุด)
เครื่องแบบพนักงาน ไม่สวยงาม	2.03 (น้อยที่สุด)	2.02 (น้อยที่สุด)	1.77 (น้อยที่สุด)	2.00 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)	1.94 (น้อยที่สุด)
การออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่สวย	2.19 (น้อยที่สุด)	2.04 (น้อยที่สุด)	1.82 (น้อยที่สุด)	2.30 (น้อยที่สุด)	1.96 (น้อยที่สุด)	2.07 (น้อยที่สุด)
ร้านไม่มีความน่าเชื่อถือ	2.14 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.64 (น้อยที่สุด)	1.87 (น้อยที่สุด)	1.62 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.13 (น้อยที่สุด)	1.97 (น้อยที่สุด)	1.78 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อยที่สุด)	1.87 (น้อยที่สุด)	1.98 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 77 พบว่าปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 3,000 บาท และ 3,001-6,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ เก้าอี้นั่งแล้วไม่สะดวกสบาย มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001-9,000 บาท และมากกว่า 12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ บรรยากาศภายในร้านไม่ดีพอ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ การออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่สวย มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบจากการใช้บริการด้าน  
กระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้รับไอศกรีมช้า	2.05 (น้อยที่สุด)	1.67 (น้อยที่สุด)	1.68 (น้อยที่สุด)	2.09 (น้อยที่สุด)	1.64 (น้อยที่สุด)	1.83 (น้อยที่สุด)
ได้รับไอศกรีมไม่ถูกต้องตามที่ สั่ง	2.03 (น้อยที่สุด)	1.67 (น้อยที่สุด)	1.59 (น้อยที่สุด)	1.96 (น้อยที่สุด)	1.55 (น้อยที่สุด)	1.78 (น้อยที่สุด)
คิดเงินช้า	1.98 (น้อยที่สุด)	1.65 (น้อยที่สุด)	1.59 (น้อยที่สุด)	1.96 (น้อยที่สุด)	1.70 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)
คิดเงินผิด	1.90 (น้อยที่สุด)	1.65 (น้อยที่สุด)	1.55 (น้อยที่สุด)	1.91 (น้อยที่สุด)	1.62 (น้อยที่สุด)	1.74 (น้อยที่สุด)
พนักงานมีไม่เพียงพอในการ ให้บริการ	1.97 (น้อยที่สุด)	1.71 (น้อยที่สุด)	1.73 (น้อยที่สุด)	2.04 (น้อยที่สุด)	1.70 (น้อยที่สุด)	1.83 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	1.99 (น้อยที่สุด)	1.67 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.99 (น้อยที่สุด)	1.64 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 78 พบว่าปัญหาด้านการสร้างความสะอาดและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ  
ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด  
และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน  
ไม่เกิน 3,000 บาท และ 9,001-12,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด  
คือ ได้รับไอศกรีมช้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-6,000 บาท และ 6,001-9,000 บาท  
พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ พนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ  
มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 12,000 บาท พบปัญหาที่มี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ คิดเงินช้า และพนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ  
มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการ  
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	2.35 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)	1.77 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	1.89 (น้อยที่สุด)
ด้านราคา	2.29 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	1.89 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	1.96 (น้อยที่สุด)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	2.77 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.68 (น้อย)	2.72 (น้อย)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.76 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	3.12 (น้อย)	2.50 (น้อย)
ด้านบุคลากรหรือพนักงาน	2.00 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)	1.62 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อยที่สุด)	1.62 (น้อยที่สุด)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.13 (น้อยที่สุด)	1.97 (น้อยที่สุด)	1.78 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อยที่สุด)	1.87 (น้อยที่สุด)
ด้านกระบวนการ	1.99 (น้อยที่สุด)	1.67 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.99 (น้อยที่สุด)	1.64 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 79 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ต่อเดือนทุกช่วง พบปัญหาที่มี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่

### ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาในครั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีสถานที่จอดรถให้มากขึ้น/สถานที่จอดรถหายาก 15 ราย
2. ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น 2 ราย
3. การตกแต่งภายในร้านยังไม่ค่อยดีบรรยากาศน่าหลับมากกว่า 1 ราย
4. ควรเปลี่ยนพัดลมบนเพดาน เพราะเวลาทานไอศกรีมแล้วมอง  
ที่โต๊ะรู้สึกเวียนหัวเนื่องจากมีเงาพัดลมหมุนตลอดเวลา 1 ราย
5. พื้นที่ใช้สอยน้อย โต๊ะน้อย พื้นที่ค่อนข้างแคบ 1 ราย
6. ควรเปลี่ยนเก้าอี้เนื่องจากไม่ค่อยนุ่ม 2 ราย
7. หนังสืออ่านเล่นไม่ค่อยดี 1 ราย
8. ควรเพิ่มความสว่างของร้าน 1 ราย
9. ควรเพิ่มโปรโมชั่นในรายการไอศกรีม 1 ราย
10. ควรเพิ่มสาขาเพื่อเป็นการกระจายลูกค้าที่อยู่ไกลจากร้าน 1 ราย
11. ควรมี โปรโมชั่นตามเทศกาล เช่น งานวันแม่ ลดราคาพิเศษ 1 ราย